



CENTRO UNIVERSITARIO DE BRASÍLIA - UnICEUB
FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS
APLICADAS - FATECS

Raisa Nunes Mesquita

POLUIÇÃO NO LAGO PARANOÁ EM CONTEXTOS MIDIÁTICOS

Análise de materiais do Jornal Metro em relação a critérios de noticiabilidade

BRASÍLIA
2014

Raisa Nunes Mesquita

POLUIÇÃO NO LAGO PARANOÁ EM CONTEXTOS MIDIÁTICOS

Análise de materiais do Jornal Metro em relação a critérios de noticiabilidade

**Trabalho apresentado à Faculdade de
Tecnologia e Ciências Sociais
Aplicadas, como requisito parcial para
a obtenção ao grau de Bacharel em
Jornalismo no Centro Universitário de
Brasília – UniCEUB.
Orientador: professor Me. Luiz
Cláudio Ferreira**

BRASÍLIA
2014

Raisa Nunes Mesquita

POLUIÇÃO NO LAGO PARANOÁ EM CONTEXTOS MIDIÁTICOS

Análise de materiais do Jornal Metro em relação a critérios de noticiabilidade

**Trabalho apresentado à Faculdade de
Tecnologia e Ciências Sociais
Aplicadas, como requisito parcial para
a obtenção ao grau de Bacharel em
Jornalismo no Centro Universitário de
Brasília – UniCEUB.**

BRASÍLIA, 30 de maio de 2014

Banca Examinadora

Prof. Me. Luiz Cláudio Ferreira
Orientador

Prof. Me. André Ramos
Examinador

Prof. Me. Bruno Assunção
Examinador

**BRASÍLIA
2014**

Agradecimentos

Pela oportunidade que tive para caminhar e chegar a esse momento agradeço especial e carinhosamente ao meu pai, Salustiano Mesquita, por todo o incentivo e a paciência que teve durante essa caminhada. A minha amiga e companheira de sempre, Ana Isabel, minha amada mãe, por todas as palavras que me guiam nos momentos mais difíceis. Pelo apoio sem tamanho dos meus irmãos, que tanto torceram por mim. Ao meu companheiro, Lucas Francisco, e sua mãe querida, Ivanira, sem o apoio e a ajuda deles o fechamento desse ciclo seria muito mais difícil. A todas as pessoas queridas que conheci durante essa caminhada, foi gratificante compartilhar experiências que lembrarei por toda vida. E claro, a todos os professores que tive a oportunidade de conhecer e com quem tive a oportunidade de aprender. Obrigada por cada ensinamento compartilhado.

Minha admiração e agradecimento, em especial, pelo professor, mestre e orientador Luiz Cláudio Ferreira, por todo aprendizado que tive através da sua experiência como profissional de jornalismo e, principalmente, por compreender desde o início o momento delicado, e mais sublime, em que eu vivia minha vida: gerar e cuidar de um filho, o maior “trabalho” e desafio que se pode ter em vida. Mas, sem dúvida, o mais gratificante e prazeroso. Minha gratidão eterna ao meu filho, Benjamin Francisco Nunes Mesquita, por me escolher como mãe e me fazer sentir o amor infinito. Agradeço a Deus, por todas as orientações, oportunidades e aprendizados durante toda minha vida! Ele é a base de todo amor que existe em mim.

RESUMO

Devido à superabundância de fatos que acontecem diariamente, é preciso fazer um processo de seleção para saber quais fatos se tornarão notícia. Este trabalho de conclusão de curso tem como objetivo identificar os critérios de noticiabilidade adotados pelo jornal *Metro* Brasília – veículo de segmento popular – na cobertura do episódio do vazamento de óleo que poluiu as águas do Lago Paranoá, que ocorreu na capital federal, em outubro de 2013. O jornalismo popular comumente é caracterizado como sensacionalista. A partir de um estudo de caso a presente pesquisa busca descobrir como o *Metro* seleciona e divulga suas notícias. Para isso foram analisados os cinco dias em que o veículo noticiou o acontecimento, tendo como base as informações priorizadas, as fontes de informação e a disposição da matéria na página veiculada.

Palavras-chave: Jornalismo popular. *Metro* Brasília. Lago Paranoá. Critérios de noticiabilidade. Sensacionalismo

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	7
1. PAPEL SOCIAL DO JORNALISMO.....	9
1.1 Papel Social	10
2 JORNALISMO POPULAR NA PERSPECTIVA DE MÁRCIA AMARAL	13
3 SENSACIONALISMO E JORNALISMO	17
4 CONDIÇÕES E MEIOS DE PRODUÇÃO	21
4.1 O que é notícia	21
4.2 Critérios de noticiabilidade e valores-notícia	22
4.3 Teoria do <i>Gatekeeper</i>	30
5 FONTES DE INFORMAÇÃO	33
6 METODOLOGIA	37
6.1 Objeto de Pesquisa	38
6.2 O Jornal <i>Metro</i> e a cobertura do vazamento de óleo no Lago Paranoá.....	39
7 ANÁLISE DE REPORTAGEM	40
7.1 Critérios de noticiabilidade adotados pelo jornal	54
8 CONCLUSÃO.....	57
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58

INTRODUÇÃO

Em meio à revolução informacional com o advento da internet, em que somos bombardeados por uma enxurrada de informações disponibilizadas em rede e na rede a todo instante, os jornais classificados como ‘populares’ – com baixa paginação, linguagem simples e direta, preços baixos, edições gratuitas, entre outras características – são os que continuam em ascendente crescimento. Devido a essa superabundância de informação, em que se baseiam os jornais populares para definir quais informações vão se tornar notícia para serem publicadas? Essa é a pergunta que o trabalho pretende responder.

Através de um estudo de caso elaborado no intuito de analisar o processo de produção das notícias do jornalismo popular, o objetivo geral desta pesquisa é identificar quais são os critérios de noticiabilidade adotados por um veículo (específico) desse segmento. Para isso, diante do material noticioso escolhido, foram avaliadas quais são as informações priorizadas pelo jornal, se existem fontes citadas e como se dá a disposição na notícia na página veiculada, sendo estes os objetivos específicos da pesquisa.

Como objeto de análise, optei pela edição brasileira de distribuição gratuita do jornal *Metro* – tablóide criado em 1995, em Estocolmo, na Suécia. Desde então, a companhia *Metro Internacional* lançou o jornal em diversos países. E no Brasil, em parceria com o Grupo Bandeirantes de Comunicação, foi criada a versão brasileira do veículo. A nona edição, que consolidou o jornal como o diário de maior circulação no país, foi o *Metro* Brasília, que em maio desse ano completou dois anos de circulação.

Para alcançar o objetivo proposto no trabalho, foi avaliado o material noticioso abordado pelo *Metro*, que trouxe a questão do meio ambiente em uma cobertura sobre um vazamento de óleo que poluiu o Lago Paranoá em outubro de 2013. Foram analisadas matérias publicadas pelo *Metro* referentes ao assunto ao longo de uma semana, mais especificamente do dia 18 de outubro de 2013 (primeira publicação) ao dia 25 de outubro de 2013.

Considerando o fluxo constante de fatos que acontecem a cada minuto, a importância deste trabalho além em consolidar como os jornais populares abordam os acontecimentos diários. Entender os conceitos pelos quais esses jornais, especificamente o *Metro* – por tratar-se de um jornal local bem aceito em Brasília, com características populares e de distribuição gratuita –, classificam uma notícia foi o que me levou a elaborar a pesquisa.

A metodologia utilizada foi o estudo de caso. A partir dos conceitos definidos por Robert Yin (2001) a propósito do método escolhido, inicialmente foi feita uma pesquisa com base em teorias relacionadas ao conteúdo abordado a fim de se fazer uma análise com embasamento teórico. De acordo com Yin (2001), assim como outras estratégias de pesquisa, o estudo de caso é apenas mais uma maneira de se investigar um assunto empírico a partir de um estudo teórico pré-estabelecido.

O trabalho foi estruturado em sete capítulos. No primeiro abordou-se o jornalismo como profissão e o papel dos profissionais da imprensa na relação com sociedade. No segundo capítulo foram abordadas questões sobre o jornalismo popular, com base na autora Márcia Franz Amaral (2006), para quem o contexto popular é comumente relacionado à questão do sensacionalismo. Sobre este assunto trata o terceiro capítulo. Em seguida, tratando-se de um estudo essencial dentro desta pesquisa, o quarto capítulo refere-se aos critérios de noticiabilidade. “O que são?”, “quantos são?”, “quais são?”. Essas perguntas são respondidas por diversos pesquisadores da área, como Nelson Traquina, Mauro Wolf, Mário Erbolato, entre outros. O capítulo cinco prioriza as fontes de informação – fundamentais no contexto jornalístico. O sexto capítulo refere-se à metodologia utilizada e, por fim, apresenta-se a análise das notícias.

1. PAPEL SOCIAL DO JORNALISMO

Na antiga Roma, aproximadamente 59 anos a.C, foi quando surgiu o primeiro jornal oficial, o chamado *Acta Diurna Populi Romani* (*Relatos diários ao povo de Roma*). Criado pelo imperador Júlio César, o jornal era escrito em placas e expostos em lugares públicos populares. Desde o princípio, sua função era manter a população informada dos acontecimentos políticos e sociais. Por volta do século VIII, os chineses criam o papel e surgem os primeiros jornais em forma de boletins, escritos à mão.

Em 1438, o alemão Johannes Gutenberg revoluciona a velocidade da escrita com a criação da tipografia. Foi inaugurada assim, a era da impressão moderna. Dessa maneira era possível produzir e reproduzir impressos mais rapidamente. Em 1605, surge o primeiro jornal da Europa, o periódico (semanal) *Nieuwe Tijdinghen*. O primeiro periódico diário, chamado de *Einkommende Zeitungen* (em português, algo como ‘Notícias Recebidas’), surge também na Europa, em 1650. A partir daí, se difunde a produção de jornais em diversos países.

Por volta de 1808, começa a história da imprensa brasileira. No dia 1º de junho deste mesmo ano foi lançado o *Correio Braziliense ou Armazém Literário*, o primeiro jornal que circulou no país. Produzido e editado em Londres, o responsável pelo periódico foi o jornalista Hipólito da Costa (1774-1823). A responsabilidade social do homem é descrita com clareza por ele na Introdução do editorial.

O primeiro dever do homem em sociedade é ser útil aos membros dela; e cada um deve, segundo as suas forças físicas, ou morais, administrar, em benefício da mesma, os conhecimentos, ou talentos, que a natureza, a arte, ou a educação lhe prestou. O indivíduo, que abrange o bem geral de uma sociedade, vem a ser o membro mais distinto dela; [...] Ninguém mais útil, pois, do que aquele que se destina a mostrar, com evidência, os acontecimentos do presente, e desenvolver as sombras do futuro (CORREIO BRAZILIENSE, 2001, v. 1, p. 3).

O *Correio* era impresso clandestinamente, por Hipólito da Costa, para escapar da censura. É, na verdade, uma revista doutrinária, defensora da liberdade de imprensa e da Constituinte. Até então as impressões não haviam chegado ao Brasil. Isso se deu apenas com a chegada da corte portuguesa, que criou a Imprensa Régia. Assim, em 10

de setembro de 1808, foi lançado o primeiro jornal impresso no país, a *Gazeta do Rio de Janeiro*, jornal oficial, feito na Imprensa Régia, destinado a informar as ações administrativas e a vida social do Reino (NOBLAT, 2008, p. 140).

A partir daí começam a surgir novos jornais brasileiros como: *O Revérbero Constitucional Fluminense*; *O Diário do Rio de Janeiro*, considerado o primeiro jornal informativo do país; o *Typhis Pernambucano*, em defesa da liberdade de imprensa, entre outros que foram grandes marcos na história. Junto com os jornais, surgiram os profissionais de jornalismo. Em 12 de junho de 1962, foi aprovado o regulamento sobre o registro de Jornalista Profissional, sob o Decreto nº 1.177.

1.1 Papel Social

Representar uma população é ter grandes responsabilidades perante ela. E pode-se acreditar que essa é uma das tarefas primordiais do jornalismo. Uma profissão que se torna o espelho da sociedade ao transformar fatos do cotidiano, meio político e social em notícias divulgadas, em seus veículos, para um simples dever: informar. Mário Erbolato discorre da seguinte maneira:

As notícias são comunicações sobre fatos novos que surgem na luta pela existência do indivíduo e da própria sociedade. A imprensa investe capitais enormes, contrata jornalistas e técnicos dentro de sua área, para a função básica de informar (ERBOLATO, 2004, p.17).

Função básica que traz um papel de grande responsabilidade social aos profissionais de imprensa. Este importante papel que ganhou destaque no quarto encontro consultivo promovido pela UNESCO, em 1983, em Paris, onde foram adotados os Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo. A respeito da responsabilidade social, o Princípio III assinala:

Informação em jornalismo é compreendida como bem social e não como uma comodidade, o que significa que os jornalistas não estão isentos de responsabilidade em relação à informação transmitida e isso vale não só para aqueles que estão controlando a mídia, mas em última instância para o grande público, incluindo vários interesses sociais. A responsabilidade social do jornalista requer que ele ou ela agirão debaixo de todas as circunstâncias em conformidade com uma consciência ética pessoal (ASSOCIAÇÃO..., s/d, s/p).

O *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*, alterado e aprovado em assembléia da Federação Nacional dos Jornalistas em agosto de 2007, também deu destaque ao assunto. O Artigo 2º discorre sobre o tema da seguinte maneira:

Art. 2º - Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que: [...] III - a liberdade de imprensa, direito e pressuposto do exercício do jornalismo, implica compromisso com a responsabilidade social inerente à profissão (CÓDIGO..., 2007).

Ambos os documentos destacam sobre a importância e responsabilidade da profissão sobre o que é informado à sociedade, e como essa informação é construída. Podemos considerar que “uma vez que leitor e jornalista estabelecem uma relação baseada no ideal da verdade e no equilíbrio, uma corrente de confiança é criada e o trabalho do profissional passa a ser sinônimo de credibilidade” (ANDRADE, 2010, s/p). Sobre essa relação com o público, Fraser Bond afirma no livro *Introdução ao Jornalismo* que é preciso um esforço diário para que o ‘bom caráter’ do profissional seja adquirido ou mantido pelos seus leitores. Para Bond, “nenhuma atividade está sujeita a tal multiplicidade de contatos com o povo” (BOND, 1959, p.5).

Em uma matéria divulgada no *Observatório da Imprensa*, o jornalista Thiago Lobo pondera que na sociedade de consumo em que vivemos, o papel do jornalista é interpretar e traduzir informações. Para ele não cabe apenas informar.

Devido à saturação da informação, cabe ao jornalista interpretá-la, atribuindo-lhe sentido e precisão na produção de um bem intelectual que dê ao receptor a possibilidade de refletir e, também, de interpretar. É aí que reside a grandeza de um texto e só então pareceria correto atribuir ao jornalismo o papel de auxiliar na difusão do conhecimento (LOBO, 2013, s/p).

O fato é que, independente do formato da informação, seja ela interpretada ou não, o papel do profissional da imprensa é voltado para manter a sociedade informada. Vasconcelos (2011, s/p) acrescenta que dessa maneira,

A atividade jornalística pode ser entendida como tendo um ‘papel socialmente legitimado para produzir construções da realidade que são publicamente relevantes’ (ALSINA, 1996, p. 18), ou seja, ao jornalista é delegada a competência para recolher os acontecimentos e temas importantes e atribuir-lhes sentido, firmando, com a sociedade,

um ‘acordo de cavalheiros’ (TRAQUINA, 1993, p. 168), ‘contrato fiduciário’ (OLIVEIRA, 1996, p. 26) social e historicamente definido (Vasconcelos 2011, s/p).

2 JORNALISMO POPULAR NA PERSPECTIVA DE MÁRCIA AMARAL

“Referente ao povo, a ele pertence; de baixo custo; que é vulgar, de má qualidade, trivial, plebeu; que é democrático”, estas são algumas definições do termo “popular” segundo o dicionário Aulete. Em geral é nesse mesmo parâmetro em que os jornais ditos populares se encaixam e são vistos. No contexto jornalístico Márcia Franz Amaral (2006) afirma que o uso do termo “popular” em seu livro não é difícil de esclarecer. Para ela o termo “identifica apenas um tipo de imprensa que se define pela sua proximidade e empatia com o público-alvo” (AMARAL, 2006, p. 16). Isso se dá pelo fato desses veículos terem características simples e marcantes.

São jornais baratos, com baixa paginação, vendidos em bancas, que abrigam publicidades de produtos destinados ao público de baixa renda, embora ainda atendam a ínfima parcela da população (AMARAL, 2006, p.16).

Conhecidos por abordar notícias tendenciosas e na maior parte sensacionalistas, como casos de polícia e entretenimento, os jornais populares ganharam o rótulo de “*espreme que sai sangue*”, sendo até título de um livro do jornalista Danilo Angrimani, que mostra essa relação e o histórico do sensacionalismo com a profissão.

Dentro desse contexto existiram alguns veículos que marcaram a história do jornalismo popular. Alguns como: *Folha da Noite* (São Paulo, 1921-1960), *O Dia* (Rio de Janeiro, 1951 até hoje), *Última hora* (Rio de Janeiro, 1951-1964) e *Notícias Populares* (São Paulo, 1963-2001). Cada um era usado, de diversas maneiras, como uma ligação entre o povo e o governo. Assim Amaral explica que foi através do sensacionalismo que os jornais se aproximaram das classes populares e acabaram por agregar os elementos culturais desses setores (Amaral, 2006, p. 24).

O *Notícias Populares* chegou a alcançar a tiragem de 180 mil exemplares diários. Com destaque à violência, o título foi objeto de estudos de diversas pesquisas. Ele surgiu com o intuito de desvirtuar as massas do caminho da política, e de ser um jornal anticomunista. Mas com o tempo o jornal passou priorizar as notícias e acontecimentos dos bairros com editoriais de polícia, esportes e celebridades. Eram essas manchetes que vendiam o jornal. Depois a qualidade das matérias foi caindo e dando

espaço para uma linguagem mais apelativa. Com um tom cômico e debochado, as doses de crime e sexo foram exageradas. (AMARAL, 2006, p. 25)

Assim, com o histórico do jornal *Notícias Populares* e de outros jornais, o jornalismo de qualidade se tornou bastante discutido e criticado dentro desse segmento popular. Mas para Amaral este cenário está mudando. “No lugar da linguagem chula, da escatologia, e das matérias inventadas os jornais buscam a linguagem simples, o didatismo, a prestação de serviços e, pasmem, a credibilidade” (AMARAL, 2006, p.10). Para Amaral, estes também são jornais que publicam matérias exclusivas, dão furos e ganham prêmios (AMARAL, 2006, p.10). E agora estão usando outras estratégias para atrair o leitor.

Há uma maior aproximação com o leitor por intermédio de outras estratégias, como a prestação de serviços e o entretenimento. Mas, atenção: esse reposicionamento dos jornais populares não é sinônimo de qualidade. A cobertura jornalística tem uma importância maior, embora não seja nos mesmos padrões dos jornais de referência (AMARAL, 2006, p. 29).

O jornalista Bruno Thys, diretor da Unidade de *Jornais Populares* da Infoglobo, explica que o leitor do segmento popular mudou. Para ele as classes populares também estão com outros interesses, e querem se informar melhor.

Essa mudança veio em dez anos. Ao invés de espremer e sair sangue, você espreme e saía notícia. Não foi uma decisão do jornal e sim uma mudança do leitor. Ele parou de se interessar por aquilo [...]. Existe uma necessidade das classes mais populares se informarem melhor [...]. Há espaço para reportagem, há espaço para jornalismo de qualidade. São jornais mais objetivos, mais incisivos (OBSERVATÓRIO..., s/d, s/p).

Com um jornalismo de mais qualidade e menos sensacionalista, após 1997 surgiram outros periódicos populares, tais como: *Extra* (RJ), *Agora São Paulo* (SP), *Folha de Pernambuco* (PE), *Primeira Hora* (MS), *Notícia Agora* (ES), *Expresso Popular* (SP) e *Diário Gaúcho* (RS). Existem também alguns clássicos que circulam até hoje como *O Dia* (RJ - 1951), a *Tribuna do Paraná* (PR –1956), *Diário de S. Paulo* (SP - novo nome do tradicional *Diário Popular*, que entra em seu 123º ano de publicação).

Outros jornais que ganharam espaço recentemente são o *Super Notícia* (2002) e o *Aqui* (2005), ambos publicados em Belo Horizonte. No Distrito Federal surgiu o *Aqui DF* em 2006. São Paulo também ganhou, no início de 2010, o jornal *Mais*. Existem também títulos populares com distribuição gratuita como *Destak* e *Metro* (objeto desta pesquisa). Lançados em 2006 e 2007, respectivamente, os dois têm edições exclusivas em outros países.

Com essa mudança nos últimos anos estes periódicos ganharam mais espaço entre os leitores de jornal impresso. Segundo dados do Instituto Verificador de Circulação (IVC) em 2012 entre os 10 jornais de maior circulação do Brasil, seis são populares. O diário popular *Super Notícia*, de Minas Gerais, está em 2º lugar do *ranking*. O número de exemplares em circulação atingiu a média de 296.799, ficando atrás apenas da *Folha de S. Paulo*, com média de circulação de 297. 650. Baseada nos dados do IVC, apresento na tabela abaixo, divulgada no *site* da Associação Nacional de Jornais (ANJ), os periódicos populares de maior circulação.

Tabela 1 - Os maiores jornais do Brasil de circulação paga, por ano (2012)

Rank	Título	UF	Média da Circulação	Variação 2011/2012
1	Folha de S. Paulo	SP	297.650	4%
2	Super Notícia	MG	296.799	1%
3	O Globo	RJ	277.876	8%
4	O Estado de S. Paulo	SP	235.217	-11%
5	Extra	RJ	209.556	-21%
6	Zero Hora	RS	184.674	-2%
7	Diário Gaúcho	RS	166.221	7%
8	Daqui	GO	159.022	-3%
9	Correio do Povo	RS	149.562	0%
10	Meia Hora	RJ	118.257	-12%

Fonte: IVC (ANJ, 2012).

O jornalismo popular ganhou espaço entre os leitores, a linguagem não é mais tão grotesca e apelativa como os primeiros periódicos que existiram, porém a qualidade da informação ainda não é como os jornais de referencia. Amaral explica que com a transformação que a imprensa vem passando, em uma época em que a tecnologia se torna decisiva, estratégias de *marketing* são usadas para atrair leitores. Assim, “o

público leitor passa a ser visto como consumidor” (AMARAL, 2006, p. 30). E, nesse caso, o jornalismo de qualidade começa a ficar em segundo plano.

A necessidade de aumentar a circulação sobrepõe-se muitas vezes à de exercer o papel social da imprensa e, portanto, o suposto “interesse do leitor” fica acima do interesse público. [...] Com frequência deixam o bom jornalismo de lado para simplesmente agradarem ao leitor, em vez de buscarem novos padrões de jornalismo que reforcem os compromissos sociais com a população de renda mais baixa (AMARAL, 2006, p. 30).

Desse modo se entra na expressão de que são jornais “feitos para o mercado”. Mas Amaral defende, e explica que tanto nos jornais de referencia quanto nos jornais populares existe o interesse mercadológico. Para ela “o público leitor dos jornais de referencia tem um nível de escolaridade e de exigência mais alto, o que faz com que esses jornais tenham maior qualidade” (AMARAL, 2006, p. 51), diferentemente dos jornais populares.

Nos jornais populares, os princípios tradicionais do jornalismo são mais facilmente tensionados porque eles se destinam a um público de menor escolaridade e são mais vulneráveis ao mercado publicitário, pois não contam com assinaturas. Assim, a imprensa popular busca satisfazer os leitores a qualquer custo, pois são bastante volúveis em função do baixo poder aquisitivo e precisam ser conquistados cotidianamente (AMARAL, 2006, p. 52).

Dessa maneira, a exposição de interesses pessoais se torna mais importante do que o interesse público. E acaba que o jornalismo popular se baseia no entretenimento e não na informação, para poder vender o jornal. “Nos jornais populares, a lógica é dar destaque a notícias que interferem no cotidiano da população ou tenham características mais dramáticas” (AMARAL, 2006, p. 53). Sendo assim, Amaral explica que em vez de o jornal buscar o leitor pela informação, busca pela estética, estilo e temas ligados ao universo considerado popular.

3 SENSACIONALISMO E JORNALISMO

Muitas vezes, dentro do contexto jornalístico, os termos “popular” e “sensacionalista” são associados um ao outro. Porém seus significados e ocorrências nem sempre andam juntos. É tênue a linha que separa o jornalismo popular do sensacionalismo. No Dicionário Aulete, sensacionalismo é descrito da seguinte maneira: “interesse em buscar ou explorar assuntos sobre fatos ou pessoas, que possam provocar escândalo, impacto e chocar a opinião pública”. No Houaiss o termo se define como “uso e efeito de assuntos sensacionais, capazes de causar impacto, de chocar a opinião pública, sem que haja qualquer preocupação com a veracidade”.

Márcia Amaral afirma que caracterizar um jornal como sensacionalista é dizer, indiretamente, que ele se dedica apenas a provocar sensações (AMARAL, 2006, p. 22). Sendo assim, se dedica a causar impacto ou chocar a opinião pública, remetendo-se ao significado da palavra. Nesse caso, o princípio de informar com credibilidade e exercer o papel social do jornalismo se torna algo secundário dentro do segmento sensacionalista.

A imprensa sensacionalista não se presta a informar, muito menos a formar. Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público, por meio de formas sádicas, caluniadoras e ridicularizadoras das pessoas. Por isso, a imprensa sensacionalista [...] serve mais para desviar o público de sua realidade imediata do que para voltar-se a ela (MARCONDES FILHO, 1986 apud ANGRIMANI, 1995, p. 15).

As características do jornalismo sensacional da não veracidade, do espetacular e do exagero normalmente tende para editoriais relacionadas à violência. Dias (2003) afirma que a exposição chocante dos fatos, que visa impressionar o público leitor, “caracteriza a ação mais evidente da imprensa sensacionalista para potencializar a violência e torná-la banalizada” (SELIGMAN, 2008, p. 2 apud DIAS, 2003, p. 1). Mas para Amaral (2006), muitas vezes, a causa de um jornal ser rotulado como sensacionalista nem sempre “está ligado aos jornais e programas que privilegiam a cobertura da violência”, para ela “o sensacionalismo pode ocorrer de várias maneiras” (AMARAL, 2006, p. 20).

Amaral afirma que é possível dizer que basicamente todo jornal é sensacionalista, pelo fato de que todos procuram prender o leitor para alcançar uma boa tiragem. Sendo que cada tipo de imprensa usa de certas estratégias para atrair o público. E no caso da imprensa sensacionalista “em vez de buscar o leitor pela informação, o interpela pela estética, por estilo e temáticas ligados historicamente ao universo considerado popular” (AMARAL, 2006, p.58).

As práticas abrangidas pela caracterização sensacionalista tanto podem significar o uso de artifícios inaceitáveis para a ética jornalística, como também podem configurar-se numa estratégia de comunicabilidade com seus leitores. Assim, o sensacionalismo abrange diversas estratégias, e é pouco produtivo circunscrevê-las num único conceito (AMARAL, 2006, p. 23-24).

No Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros está claramente colocado que não se pode fazer uso do sensacionalismo dentro da atividade jornalística. No art. 11, inciso II, é informado que “o jornalista não pode divulgar informações de caráter mórbido, sensacionalista ou contrário aos valores humanos, especialmente em cobertura de crimes e acidentes” (FENAJ, 2007). Ao fazê-lo, é a ética do exercício da profissão e o próprio caráter informativo do jornalismo que é comprometido.

Os abusos no exercício do jornalismo estão previsto em lei – e há penas para quem os protagoniza. Entretanto, interessa mais aqui é a transgressão moral e ética, pois o desrespeito ao ser humano, a transformação do fato em mera mercadoria, a exploração da dor e da tragédia alheias visando apenas fins lucrativos são deslizes graves na deontologia jornalística. O jornalismo que se constrói nas mensagens ambíguas, desinforma (SELIGMAN, 2008, p. 6).

Como um produto mercantil, Ciro Marcondes Filho afirma que a informação é sensacionalista para vender mais jornal e se localiza na área do lazer, como forma de contraposição à opressão social do trabalho. Ele classifica o sensacionalismo como o grau mais radical de mercantilização da informação (MARCONDES apud AMARAL, 2006, p. 20). A linguagem apelativa, sensacional, serve como uma forma de chamar a atenção do público, e é através desse exagero que se vende a notícia. “O jornalismo sensacionalista extrai do fato, da notícia, a sua carga emotiva, apelativa e enaltece. Fabrica uma nova notícia que a partir daí passa se vender por si mesma” (MARCONDES FILHO, 1986 apud ANGRIMANI, 1995, p. 15).

O jornalista Danilo Angrimani, em seu livro *Espreme que sai sangue*, explica que “sensacionalista é a primeira palavra que a maior parte das pessoas utiliza para condenar uma publicação” (ANGRIMANI, 1995, p. 13). Ele define o termo de diversas maneiras. “Sensacionalismo é tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento” (ANGRIMANI, 1995, p. 16). Explica ainda que é a “produção de noticiário que extrapola o real, que superdimensiona o fato” (ANGRIMANI, 1995, p. 16). Nesse mesmo âmbito, Amaral pontua que:

Em geral, o sensacionalismo está ligado ao exagero, à intensificação, valorização da emoção, à exploração do extraordinário, a valorização de conteúdos descontextualizados, à troca do essencial pelo supérfluo ou pitoresco e inversão do conteúdo pela forma. São muitas as formas de popularização da mídia costumeiramente tratadas sob o rótulo de sensacionalista (AMARAL, 2006, p. 21).

O jornalismo impresso sensacionalista parece ter se enraizado na imprensa desde seus primórdios (ANGRIMANI, 1995, p. 19). Com as mesmas características, entre 1560 e 1631 apareceram os primeiros jornais franceses. “Segundo Seguin, a ‘*Gazette*’ se parecia com os jornais sensacionalistas que são feitos atualmente, trazendo *fait divers* fantásticos e notícias sensacionais que agradavam a todos” (SEGUIN, 1959, apud ANGRIMANI, 1995, p. 19). O termo francês *fait divers* é uma expressão dentro do jornalismo, segundo o Grande Dicionário Universal do Século XIX de Pierre Larousse:

É uma rubrica sob a qual os jornais publicam com ilustrações as notícias de gêneros diversos que ocorrem no mundo: “pequenos escândalos, acidentes de carro, crimes terríveis, suicídios de amor, operários caindo do quinto andar, roubo a mão armada [...]. Ampla Gama de atos de salvamentos e fenômenos da natureza [...]”. (LAROUSSE apud ANGRIMANI, 1995, p. 25).

No século XIX, os jornais populares que fizeram muito sucesso foram os “canards”, jornais de apenas uma página. O termo significava algo como “conto absurdo” ou “fato não verídico”. Os mais procurados na época, segundo Seguin, eram os que relatavam *fait divers* criminais (ANGRIMANI, 1995, p. 19). Mas foi na imprensa norte-americana, no final do século XIX, que se moldaram os gêneros do jornalismo sensacionalista (ANGRIMANI, 1995, p. 20). Pode-se dizer, no entanto, que desde o início até os dias atuais:

Independente da alcunha popular ou sensacionalista, é inegável o apelo que esta natureza do jornalismo conquista junto ao seu

público. Numa sociedade pós-moderna, onde a razão é deixada de lado para a obtenção do prazer, da sensação, o jornalismo popular se adapta como uma luva a essa demanda que busca se sentir representada de alguma forma (BENTLIN; STEHLING; VAZ, 2007, s/p).

O fato é que mesmo se o leitor souber ou não que um jornal é sensacionalista, é ele quem escolhe o conteúdo e as notícias que lhe interessam. Por isso, há uma importância ética em “esclarecer o leitor sobre os critérios e parâmetros usados pelo veículo para definir o que é e o que não é um fato jornalístico” (ANDRADE, 2010, s/p). E isso se dá através da análise da notícia, que é fundamental para poder entender como o fato, transformado em notícia, é ou não tratado como espetáculo (ANDRADE, 2010, s/p). Este aspecto será abordado mais detidamente no capítulo a seguir.

4 CONDIÇÕES E MEIOS DE PRODUÇÃO

4.1 O que é notícia

Antes de produzir um jornal é preciso definir quais serão os critérios de noticiabilidade adotados por ele. Para isso, devemos, inicialmente, definir o que é notícia. Pode-se dizer que essa definição é bastante diversificada entre os pesquisadores da área. O fato é que a notícia é a responsável direta por dar vida ao veículo. Segundo Luiz Amaral (1986), citado por Felipe Pena (2005), ela é a matéria prima que compõe o jornal.

A notícia é tudo que o público necessita saber, tudo que o público deseja falar [...]. É a inteligência exata e oportuna dos acontecimentos, descobertas, opiniões e assuntos de todas as categorias que interessam aos leitores (AMARAL, 1986 apud PENA, 2005, p. 70-71).

De fato, o estudo acadêmico das notícias teve início em 1629, apresentado pelo jurista e jornalista Christophorus Besoldus, na Alemanha (SOUSA, 2006, p. 213). Nos anos seguintes, as notícias se tornaram objeto de estudos por diversos teóricos e pensadores, abrangendo espaços relacionados também a outras questões ligadas ao meio jornalístico, como a forma de uso (e abuso) das notícias, a liberdade de imprensa, a análise dos periódicos entre outros assuntos.

Considerado o pai fundador das Ciências da Comunicação, foi o alemão Tobias Peucer quem realizou o primeiro trabalho acadêmico sobre as notícias. Em sua tese de doutorado, apresentada na Universidade de Leipzig, em 1690, ele filtra várias formas de como se deve narrar as notícias, passando pelas famosas perguntas: “quem?”, “o quê?”, “quando?”, “onde?”, “onde?”, “como?” e “por quê?” até chegar aos critérios que regem a seleção das notícias, designados por ele como: novidade, atualidade, excepcionalidade, memorabilidade e interesse público (SOUSA, 2006, p. 214 – 215).

Posteriormente, Peucer apresenta outras pesquisas no campo dos estudos jornalísticos. Entre elas, a pesquisa voltada para o processo de seleção de notícias com base em critérios de noticiabilidade - *gatekeeping/newsmaking* (SOUSA, 2006, p. 215). Teorias as quais apresento nos tópicos adiante. Mas, por ora, retomemos as definições do que seria notícia.

Adepto da abordagem do *newsmaking*, o sociólogo David Altheide (1976) afirma que as notícias são aquilo que os jornalistas definem como tal (ALTHEIDE, 1976, p. 113 apud WOLF, 1995, p. 171). Seguindo essa mesma premissa, o jornalista Ricardo Noblat definiu em seu livro, *A arte de fazer um jornal diário*, que “notícia na verdade é tudo o que os jornalistas escolhem para oferecer ao público” (NOBLAT, 2007, p.31). Segundo Olga Curado, “a importância de um acontecimento é avaliada pelo jornalista, que julga se o fato é notícia e deve ser divulgado” (CURADO, 2002, p.15). Segundo a autora,

[a] notícia revela como determinados fatos se passaram, identifica personagens, localiza geograficamente onde ocorreram ou ainda estão acontecendo, descreve as suas circunstâncias, e os situa num contexto histórico para dar-lhes perspectiva e noção da sua amplitude e dos seus significados (CURADO, 2002, p.16).

Diante de inúmeras definições do que seja notícia, podemos afirmar que no meio jornalístico ela é selecionada e produzida especialmente para ele, o leitor. Sobretudo, é necessário que a notícia, sendo uma informação, contribua para que o público forme opiniões e construa significados perante ela (EBC, 2009). E, para isso, é preciso antes definir o valor que se agrega a cada informação.

A partir daí podemos analisar quais valores que definem o nível de importância da notícia, o quão relevante ela é. “Estabelece-se, assim, um conjunto de critérios de relevância que definem a *noticiabilidade* (*newsworthiness*) de cada acontecimento, isto é, a sua aptidão para ser transformado em notícia” (WOLF, 1995, p. 170). E para transformá-los em notícias o órgão de informação deve fazer uma seleção dos fatos.

4.2 Critérios de noticiabilidade e valores-notícia

“Qual é o critério utilizado pelos profissionais da imprensa para escolher que fatos devem ou não virar notícia?” (PENA, 2005, p. 71). Felipe Pena considera essa pergunta como a mais importante da teoria do jornalismo. Existem diversos atributos que classificam os valores de uma notícia, são eles que determinam a importância que ela tem. Definidos por cada veículo de comunicação, os chamados critérios de noticiabilidade servem para filtrar os acontecimentos que podem virar notícia, de forma

a se fazer um jornalismo de qualidade. Para isso, é necessário um planejamento de acordo com o interesse do público que se quer atingir, pois é para ele que a notícia é feita.

Planejar o jornalismo é exercitar a consciência de que esse ofício é, antes de tudo, um compromisso dos jornalistas com seus leitores, ouvintes ou telespectadores. Que eles estão em primeiro lugar e que suas necessidades e interesses serão respeitados (OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA, 2011, s/p).

Nesse sentido, “o noticiário deve ter utilidade pública para os leitores de uma forma a influenciá-los pessoalmente, mostrando-lhes que devem ter um interesse no assunto divulgado” (ERBOLATO, 2006, p. 52). E sendo este um dever do jornalista, definir o que é interessante para o leitor não é uma tarefa fácil. “Se é difícil ou impossível definir a notícia, maiores ainda são as dificuldades para se dizer, em termos jornalísticos, o que seja de interesse” (Idem, p. 54).

Inúmeros pesquisadores e jornalistas definem os critérios de noticiabilidade de formas diferentes. Mário Erbolato (2006), por exemplo, definiu 24 critérios para determinar a noticiabilidade. São eles: proximidade, marco geográfico, impacto, proeminência (ou celebridade), aventura e conflito, consequências, humor, raridade, progresso, sexo e idade, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, expectativa ou suspense, originalidade, culto de heróis, descoberta e invenções, repercussão, confidências.

Quadro 1 - Critérios de noticiabilidade segundo Erbolato

Proximidade	Humor	Importância	Expectativa ou suspense
A divulgação dos fatos que ocorrem <i>perto</i> do leitor é de mais interesse a ele.	Algo que também entretinha o público	O editor avalia, entre diversas matérias, qual a mais importante para selecionar.	Faz o leitor acompanhar os jornais diariamente, pela curiosidade. Para saber o desfecho de algum fato que lhe interessa.

Marco geográfico Aquele que se refere a notícia e não a sua procedência.	Raridade Algo que costuma fugir da rotina se torna interessante	Rivalidade Sobre campeonatos esportivos, onde torcedores se interessam pelas notícias de seu clube.	Originalidade Confunde-se com os critérios de raridade. São notícias incomuns.
Impacto Acontecimentos chocantes, impressionantes.	Progresso Notícias relacionadas a algo construtivo em termos de utilidade pública	Utilidade Editorias que aparentemente não agregam muito valor, mas em algum momento terá utilidade para o leitor.	Culto de heróis Pessoas que marcaram história de alguma forma, normalmente incluídas como <i>gancho</i> .
Proeminência Tudo o que se refere a pessoas importantes existe interessados.	Sexo e idade Aproveitáveis a determinadas áreas jornalísticas, por ex. popular. Confunde-se com ‘raridade’	Política editorial do jornal O que o veículo costuma constantemente dar mais destaque.	Descoberta e invenções Despertam entusiasmo aos leitores. São novidades.
Aventura e conflito Notícias de assassinatos, rixa e aventureiros, golpes fantásticos.	Interesse pessoal Notícias que afetam pessoalmente o leitor, seu interesse pessoal.	Oportunidade Qualquer matéria, seja ela fria ou quente, aguarda a oportunidade de ser divulgada (<i>gancho</i>).	Repercussão Fatos que ocorrem de maneira tão extraordinária que a maioria dos jornais dão enfoque.
Consequências Acontecimentos que passam a ter significado se consequentemente atingir o público que está próximo.	Interesse humano Notícias que incluem o próprio homem, não só os aspectos gerais de um fato.	Dinheiro Notícias sobre loteria (atualmente a loto e sena) dão boas matérias. Os leitores se interessam.	Confidências Em veículos e imprensas especializadas costumam publicar confidências de pessoas públicas.

Fonte: Quadro organizado por mim a partir das categorias apresentadas por Erbolato (2006)

Nilson Lage (1982) seguiu uma linha diferente de Erbolato, e para ele os critérios de avaliação não passaram de seis. Sendo que o valor ‘proximidade’ também está entre eles, além de atualidade, identificação social, intensidade, ineditismo e identificação humana. Segundo o autor, “[o] homem se interessa principalmente pelo que lhe está próximo” (LAGE, 1982, p. 67). Lage aponta que a *proximidade*, um valor significativo no âmbito jornalístico, “varia tanto com as trocas materiais (o comércio) quanto com as trocas culturais ou populacionais (migrações)”. Sendo essa a razão de os assuntos internacionais, por exemplo, interessarem aos segmentos mais informados de uma população, ou seja, aqueles capazes de atribuir prestígio para o veículo (LAGE, 1982, p. 67).

Já o fator *atualidade* deve-se ao fato de o homem se interessar principalmente pelos acontecimentos mais próximos no tempo. Em relação ao quarto critério, a *identificação social*, Lage explica que esse processo de identificação inicia-se de baixo para cima da pirâmide que representa a sociedade dividida em classes. E, nesse âmbito, estão englobadas, principalmente, as considerações de natureza econômica. O critério de *intensidade* classifica a maneira como o fato ocorreu. Assim, o que é mais impressionante, intenso, se torna imediatamente mais interessante. Contudo, é preciso considerar também a raridade de um fato, que é essencial para buscar a atenção do leitor, a isso corresponde o critério do *ineditismo*. O sexto e último critério, a *identificação humana*, refere-se ao interesse despertado por pessoas notáveis, entretanto, há uma universalização dentro do termo. Onde não são somente inclui aquelas pessoas que chamamos de famosas (artistas, políticos, jogadores de futebol, etc), mas também as que despertam uma identificação por semelhança (dos velhos com um velho, dos jovens com um jovem, dos tristes com um triste) em um aspecto considerável e real (LAGE, 1982).

Nelson Traquina descreve os critérios de noticiabilidade como um “conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou assunto, é susceptível de se tornar notícia” (TRAQUINA, 2002, p.173). Ou seja, ao possuir valor-notícia é possível que o fato seja transformado em “matéria noticiável”. Para o autor, os critérios se classificam da seguinte maneira:

- **Valores-notícia de selecção:** morte, notoriedade, proximidade, relevância ou importância, novidade, factor tempo - actualidade, cabide noticioso, notabilidade, surpresa, conflito ou controvérsia, infracção e escândalo.

- **Valores-notícia de selecção contextual:** disponibilidade, equilíbrio do noticiário, potencial de cobertura em imagem, concorrência e dia noticioso.

- **Valores-notícia de construção:** amplificação, capacidade de mostrar como o acontecimento é importante, potencial de personalização, potencial de dramatização e consonância. (TRAQUINA, 2002, p. 186-202)

Dentre os diversos valores, Traquina (2005) destaca a ‘morte’ como sendo um valor de grande importância. Para ele, “onde há morte, há jornalistas” (TRAQUINA, 2005, p.79). Tal como os autores citados anteriormente, para ele a *proximidade* também é um critério “fundamental da cultura jornalística” (TRAQUINA, 2005, p. 80).

Bruno Fernandes (2011), em sua dissertação de mestrado, aponta que a classificação construída por Traquina (2002) coincide com a concepção de Mauro Wolf para quem, “ao longo de todo o processo de produção jornalística os valores notícia encontram-se sempre presentes, seja na selecção dos acontecimentos, seja na construção da notícia” (FERNANDES, 2011, p. 18).

Para Wolf, os valores-notícia estão ligados fundamentalmente ao conceito de *noticiabilidade*. Para ele o conceito se define como o “conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, dentre os quais há que seleccionar as notícias” (WOLF, 1995, p. 175). Segundo Wolf, a *noticiabilidade* é a capacidade que os fatos têm de virar ou não notícia, assim, quanto maior o grau de *noticiabilidade*, medido pelos valores, maior a capacidade de se tornar notícia.

Wolf acredita que o papel dos valores-notícia vai além da responsabilidade de seleccionar os acontecimentos considerados significativos e relevantes para serem transformados em notícia. Segundo ele, os valores participam também nas operações posteriores, embora com um relevo diferente.

Os valores/notícia utilizam-se de duas maneiras. São critérios de selecção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final,

desde o material disponível até a redação. Em segundo lugar, funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público. [...] Os valores/notícia são qualidades dos acontecimentos, ou da sua construção jornalística, cuja presença ou cuja ausência os recomenda para serem incluídos num produto informativo. Quanto mais um acontecimento exibe essas qualidades, maiores são as suas possibilidades de ser incluído (GOLDING-ELLIOTT, 1979, p. 114) (WOLF, 1995, p. 175-176, grifo do autor).

Em seu livro *Teorias do Jornalismo*, Felipe Pena descreveu de maneira sucinta a forma como Wolf (1995) sistematiza os critérios de noticiabilidade. Wolf os distribui entre cinco categorias (critérios). As substantivas, as relativas ao produto, relativas ao meio de informação, relativas ao público e relativas à concorrência (PENA, 2005, p. 71). Elas são caracterizadas da seguinte maneira:

Quadro 2– Critérios de noticiabilidade segundo Wolf

Categorias substantivas	Importância dos envolvidos, quantidade de pessoas envolvidas, interesse Nacional, interesse Humano, feitos excepcionais	Articulam-se entre os fatores de importância e de interesse da notícia, de acordo com o grau de cada um.
Categorias relativas ao produto	Brevidade (nos limites do jornal), atualidade, novidade, organização interna da empresa, qualidade (ritmo, ação dramática), equilíbrio (diversificar assuntos)	Referem-se à disponibilidade de materiais e às características específicas do produto informativo.
Categorias relativas ao meio de informação	Acessibilidade à fonte/ local, formatação prévia/ manuais, política editorial	Referem-se aos veículos. Na TV, por exemplo, há a necessidade da imagem e isso influencia a noticiabilidade.
Categorias relativas	Plena identificação de	Referem-se ao papel que

ao público	personagens, serviço/ interesse público, protetividade (evitar suicídios etc.)	desempenha a imagem que os jornalistas têm do público.
Categorias relativas à concorrência	Exclusividade ou furo, gerar expectativas, modelos referenciais	Coloca a situação da competição, onde o “furo” parece ser o valor supremo. Inclui a questão da audiência.

Fonte:Quadro organizado por mim a partir das categorias apresentadas por Wolf(PENA, 2005, p. 72-73).

Agora podemos dizer que esse processo de construção pelo qual a informação passa para se tornar noticiável é caracterizado pela teoria do *newsmaking*. Essa teoria se passa basicamente dentro de duas vertentes principais: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos de produção (WOLF, 1995, p. 169). Para a socióloga Gaye Tuchman, citada constantemente por Wolf, em seu livro *Teorias da Comunicação*, “o objetivo declarado de qualquer órgão de informação é fornecer relatos dos acontecimentos significativos e interessantes”(TUCHMAN, 1977, p. 45 apud WOLF, 1995, p. 169), e acrescenta:

Apesar de ser, evidentemente, um propósito claro, este objetivo é, como muitos outros fenômenos aparentemente simples, inextricavelmente complexo. O mundo da vida quotidiana – a fonte das notícias – é constituído por uma superabundância de acontecimentos [...]. São esses acontecimentos que o órgão de informação deve selecionar (TUCHMAN, 1977, p. 45 apud WOLF, 1995, p. 169).

Devido a esse fluxo constante de fatos que acontecem no cotidiano, Tuchman acredita que os órgãos de informação devem cumprir três obrigações para produzirem notícias:

1. Tornar possível o reconhecimento de um fato desconhecido como acontecimento notável;
2. Elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de dar a cada fato ocorrido a um tratamento idiossincrático [ou seja, um tratamento pessoal];
3. Organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir a ser trabalhados de uma forma planificada. Estas obrigações estão relacionadas entre si (TUCHMAN, 1977, p.45 apud WOLF, 1995, p. 169-170).

Ou seja, para Tuchman, esse processo de construção da notícia funciona como uma rotina industrial. Razão pela qual Pena ressalta que, “embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo” (PENA, 2005, p. 129). Isso se dá devido ao grande fluxo de informação que chega até ele, e que os critérios e classificações da notícia ajudam a reduzir, em termos de quantidade de informação, abrindo caminho para a produção da notícia.

Diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção das notícias. É dessas práticas que se ocupa a teoria do newsmaking (PENA, 2005, p. 130).

A noticiabilidade está entre uma dessas práticas. Ela que tornará um acontecimento em notícia. Segundo Wolf, “a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher” (WOLF, 1995, p. 170). E tudo o que não corresponde a esses critérios, conforme o autor é “excluído”, pois não se adéqua às rotinas de produção. É importante destacar então que tais critérios, vistos dessa perspectiva, conferem à notícia o valor de mercadoria.

Outra prática inclusa na produção das notícias, segundo Pena (2005), é a sistematização do trabalho jornalístico. Que funciona desde a divisão de tarefas – e de editorias – ao *deadline*. Pena afirma que os próprios valores-notícia são utilizados para sistematizar o trabalho na redação (PENA, 2005, p. 131). É no processo produtivo que os valores recebem contexto, significado e função ganhando um formato claro para os jornalistas. Pena classifica esse processo produtivo como: o chamado *senso comum* das redações. Ou seja, a partir desse senso comum, ele afirma que qualquer profissional da imprensa sabe dizer o que é e o que não é notícia (PENA, 2005, p. 131).

4.3 Teoria do *Gatekeeper*

Os critérios de noticiabilidade estão intencionalmente ligados também à teoria do *gatekeeper*, sendo esta vinculada às rotinas de produção da informação (o *newsmaking*). Ao passar pelo *gatekeeper*, as notícias ganham um determinado valor e ficam melhor delineadas para ir a público. É por meio desta teoria que se estabelece quais informações se tornarão notícias publicáveis ou não. “O *gatekeeper* [o porteiro] é um clássico exemplo de teoria que privilegia a ação pessoal. A metáfora é clara e direta”, aponta Pena (2005, p. 133).

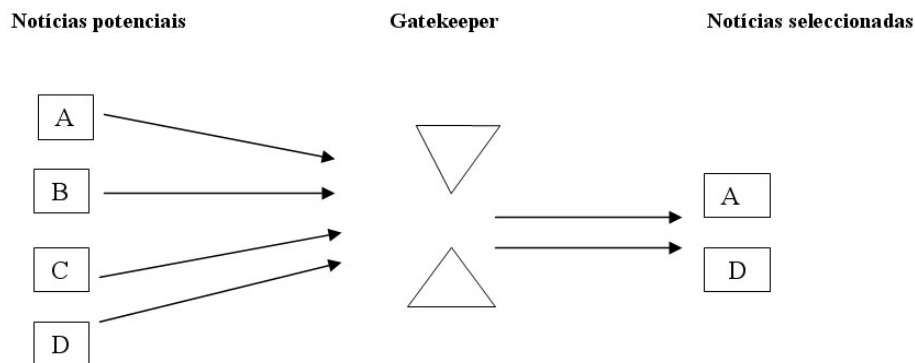
Nelson Traquina (2001), em seu livro “*O estudo do jornalismo no século XX*”, afirma que o *gatekeeper* analisa as notícias somente a partir de quem as produz, nesse caso, o jornalista. Para ele essa é “uma teoria que se baseia no conceito de “seleção, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias” (TRAQUINA, 2001, p. 70).

Em 1950, David Manning White propôs a metáfora do *gatekeeper* para explicar a seleção das notícias. White pretendia que de todas as notícias potenciais que chegam a um órgão de comunicação apenas algumas se tornam de fato notícias publicadas (SOUSA, 2006). Isso “devido à existência de momentos de decisão em que o jornalista–decisor decide quais as notícias que deixa passar e quais não deixa passar” (SOUSA, 2006, p. 216).

Esses momentos de decisão correspondem, na metáfora, aos portões (*gates*). O jornalista corresponde, na metáfora, ao porteiro (*gatekeeper*). Para White, as decisões do *gatekeeper* seriam, essencialmente, subjectivas, embora igualmente condicionadas por factores como as *deadlines*. (SOUSA, 2006, p. 216).

Abaixo apresentamos um esquema elaborado por Jorge Pedro Sousa (2006) que apresenta de forma simples o funcionamento do *gatekeeper* na concepção de White.

Figura 1 - O modelo de *gatekeeping* de White (simplificado)



Fonte: SOUSA, 2006.

Segundo Traquina (2005), White foi o primeiro a aplicar o conceito ao jornalismo, originando uma das tradições mais persistentes e produtivas na pesquisa sobre as notícias. Para esta teoria, White se baseou em uma pesquisa sobre a atividade de um jornalista de meia-idade, Mr. Gates, que anotou durante uma semana os motivos que o levaram a rejeitar as notícias que não usou (TRAQUINA, 2005, p. 150). Dessa maneira, White concluiu que o processo de produção das notícias seria subjetivo e arbitrário, ou seja, as decisões do jornalista eram subjetivas e dependentes de juízos de valor baseados no “conjunto de experiências, atitudes e expectativas do gatekeeper” (TRAQUINA, 2005, p. 150).

Para Westley e MacLean (1957) o *gatekeeping* é um fenômeno essencialmente organizacional, adequado por um critério de noticiabilidade: é notícia aquilo que os jornalistas julgam que o seu público quer, em parte devido ao *feedback* que o próprio público oferece. Galtung e Ruge (1965) classificaram, dentro desse modelo metafórico do *gatekeeping*, os vários critérios de noticiabilidade ou de valor-notícia que se sobrepõem à subjetividade do jornalista e determinam aquilo que chega ao público. Segundo Sousa (2006), Galtung e Ruge acreditam que para um acontecimento se tornar notícia é preciso que ele tenha pontos fortes dentro desses critérios (descritos abaixo) introduzidos por eles (SOUSA, 2006, p. 217).

- **Momento e frequência do acontecimento** - quanto mais recente for um acontecimento e mais a cobertura do mesmo se adequar ao ritmo

de trabalho das organizações jornalísticas, mais hipóteses esse acontecimento tem de se tornar notícia;

- **Intensidade ou magnitude de um acontecimento** – quanto mais intenso for um acontecimento ou quanto mais ele crescer em intensidade, quanto mais pessoas estiverem envolvidas ou quantas mais pessoas o acontecimento afectar, mais probabilidades tem de se tornar notícia;

- **Clareza** – se um acontecimento parece ser claro, sem nada oculto, se não existirem dúvidas sobre o seu significado, tem mais hipóteses de se tornar notícia;

- **Consonância com as expectativas** – se um acontecimento vai ao encontro do que, padronizadamente, tem sido notícia, se vai ao encontro das expectativas dos jornalistas, então tem mais probabilidades de se tornar notícia;

- **Proximidade** – quanto mais próximo ocorrer um acontecimento - seja essa proximidade afectiva, geográfica, linguística, cultural, etc. - mais probabilidades tem de se tornar notícia;

- **Proeminência social das pessoas envolvidas** – quanto maior for a proeminência social das pessoas envolvidas num acontecimento, mais probabilidades este tem de se tornar notícia;

- **Proeminência das nações envolvidas** – quanto maior for a proeminência das nações envolvidas num acontecimento - especialmente nas notícias internacionais, mais probabilidades ele tem de se tornar notícia;

- **Composição tematicamente equilibrada do noticiário** – um acontecimento que contribua para equilibrar tematicamente o noticiário tem mais hipóteses de se tornar notícia do que um acontecimento que contribua para o seu desequilíbrio;

- **Desenvolvimentos de assuntos anteriores** – os desenvolvimentos de assuntos já noticiados têm grande probabilidade de se tornar notícia; os acontecimentos novos que possam ser enquadrados por ocorrências anteriores já noticiadas têm mais hipóteses de se tornar notícia;

- **Inesperado** – um acontecimento inesperado, mas de grande dimensão, como uma catástrofe natural, ou um acontecimento "escasso", têm boas hipóteses de se tornar notícia;

- **Personificação** – um acontecimento tem mais hipóteses de se tornar notícia se permitir o seu tratamento jornalístico com base nas histórias das pessoas envolvidas, em particular de *uma* das pessoas envolvidas;

- **Negatividade** – as “más notícias” são as “boas notícias” (SOUZA, 2006, p. 218 - 219).

Nos anos seguintes, os estudos sobre a teoria do *gatekeeper*, como aponta Pena (2005), chegaram à conclusão de que as decisões tomadas por ele (*gatekeeper*) “estavam mais influenciadas por critérios profissionais ligados às rotinas de produção da notícia e à eficiência e velocidade do que por uma avaliação individual de noticiabilidade” (PENA, 2005, p. 134).

5 FONTES DE INFORMAÇÃO

Pode-se considerar que das fontes depende o resultado de uma boa matéria jornalística. Como pontua Nilson Lage (2001), são poucas as matérias que se originam completamente da observação direta. “A maioria contém informações fornecidas por instituições ou personagens que testemunham ou participam de eventos de interesse público” (LAGE, 2001, p. 49). Essas são as fontes.

Dependendo do grau de importância da informação que a fonte tem a dizer, pode ser de grande valor para complementar uma cobertura noticiosa. Entretanto, ela equivale apenas a uma visão particular de um fato e, por vezes, essa visão pode ser delineada de uma forma prejudicial (ou até mesmo desonesta) para a elaboração da notícia. Felipe Pena (2005) discorre da seguinte maneira:

Sua visão sobre determinado acontecimento está medida pelos ‘óculos’ de sua cultura, sua linguagem, seus preconceitos. E, dependendo do grau de miopia, a lente de aumento pode ser direcionada para seus próprios interesses (PENA, 2005, p. 57).

Para Pena, “o resultado de uma boa conversa com a fonte depende essencialmente do que ela imagina sobre você e sobre suas intenções” (PENA, 2005, p. 58). Porque uma vez que ela sabe que a informação que se reproduz pode vir a ser publicada em algum veículo de comunicação, a postura muda, logo essa informação pode vir a ser censurada¹. Dos repórteres depende a tarefa de selecionar e questionar as fontes, colher dados e depoimentos, para depois colocá-los em algum contexto jornalístico (LAGE, 2001).

Sobre o fundamento teórico das fontes, Paul Grice determinou uma série de máximas como procedimento-padrão em uma conversa de pessoas de boa-fé. Lage (2001) as descreve em seu livro *A reportagem, teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística* da seguinte maneira:

¹ Lage (2001) comenta que com a difusão das assessorias de imprensa (atuais assessoria de comunicação), após a Segunda Guerra Mundial, o contato com instituições, empresas e, mesmo, pessoas notáveis passaram a ser feitos por intermediação pessoal. Nessa época dizia-se que a existência dessas assessorias limitava o movimento dos jornalistas e os submetia a uma espécie de censura de informação na fonte (LAGE, 2001, p. 50).

1. Máximas da quantidade: Contribua de maneira informativa e, mais ainda, necessária.
2. Máximas da qualidade: Seja verdadeiro e diga apenas o que você tem certeza.
3. Máximas da relação: Seja relevante.
4. Máximas da maneira: Seja claro e breve².

Grice quer dizer que se numa conversação os indivíduos garantem ter boa-fé, eles buscarão atender às máximas. Felipe Pena (2005), sendo um verdadeiro cético, como ele mesmo se autointitula, acredita que a boa-fé não é a característica mais comum de determinadas fontes, principalmente, segundo ele, as oficiais. Para Pena, o ceticismo é o principal elemento na relação do repórter com a fonte (PENA, 2005, p. 58).

Nada impede, como recomenda Grice, que eu seja claro, relevante, informativo, verdadeiro e, ao mesmo tempo, cético. Para o jornalista, a desconfiança não é pecado, é norma de sobrevivência (PENA, 2005, p. 58).

Para além da relação entre fonte e jornalista, Grice irá pontuar que, do ponto de vista da conduta humana, “é muito mais fácil dizer a verdade do que inventar mentiras” (GRICE apud LAGE, 2001, p. 58). Para Lage (2001), a mentira tem um custo alto tanto moral quanto físico, e um dos princípios gerais do comportamento humano, segundo Lage, é buscar o máximo de eficiência com o menor custo possível. Em outras palavras, uma pessoa pode usar a mentira buscando algum benefício para si, porém essa ação pode resultar em consequências desfavoráveis tanto moralmente quanto fisicamente, portanto a tendência que prevaleceria seria aquela de evitar a mentira e assim os custos nela implicados.

No momento em que o repórter vai reproduzir os fatos e testemunhos de uma fonte, deve considerar como mais importante o processo de percepção e interpretação da realidade (PENA, 2005, p. 59). Com a inviabilidade da precisão dos fatos em um relato jornalístico, não há dificuldade em perceber que nenhum deles é imediato. Segundo Pena, existem diversos níveis de mediação, “[e] no decorrer desse processo, os próprios

² A esse respeito cf. LAGE, 2001, p. 55-56.

jornalistas tornam-se fontes, pois fazem relatos para os outros produtores da notícia em escala industrial” (PENA, 2005, p. 60).

Uma questão primordial é que as fontes podem ter o direito de sigilo dependendo do fato, normalmente quando há investigações (policiais). Por esse motivo, Pena aponta que “o jornalismo torna-se uma atividade perigosa quando se reserva o direito de não revelar as suas fontes, alegando a intenção de protegê-las” (PENA, 2005, p. 60). Outra questão, segundo Pena (2005), é que as fontes podem manipular o jornalista de acordo com o que se retrata. Isso inclui não somente as assessorias de imprensa ou empresas de divulgação, mas também “uma fonte oficial que pode divulgar determinada notícia para amenizar o impacto de outra, que deseja ocultar” (PENA, 2005, p. 61).

As fontes são tratadas como *oficiais*, *oficiosas* ou *independentes*. A primeira em questão, como o nome já diz, são as fontes oficiais, mantidas pelo Estado. Nelson Lage (2001) as descreve como as mais confiáveis e normalmente não são mencionadas, pois os dados que elas propõem são aceitos como verdadeiros, porém, pontua Lage, este é um mau hábito. O autor afirma que, sempre que possível, deve-se citar as fontes (LAGE, 2001, p. 63). Apesar de confiáveis, as fontes oficiais possuem interesses a preservar e escondem informações. Nesse caso “beneficiam-se da própria lógica do poder que as colocam na clássica condição de *Instituição* [Governo, institutos, empresas]” (PENA, 2005, p. 62). As fontes oficiosas são aquelas que apesar de estarem ligadas a uma entidade ou indivíduo, não são autorizadas a falar em nome dele ou dela, pois de nada vale a informação, podendo ser desmentidas (LAGE, 2001, p. 64). Por último, trata-se de uma fonte independente aquela que não tem nenhum vínculo direto com o assunto abordado (PENA, 2005, p.62).

Outro fator importante na classificação das fontes é saber se são *primárias* e *secundárias*. As fontes primárias são as que possuem mais relevância, aquelas em que o jornalista se baseia para adquirir o essencial de uma matéria, fornecem os fatos (LAGE, 2001, p. 65). As secundárias são procuradas para começar uma pauta, não é o foco principal. Existem também as fontes *testemunhais*, sendo outra categoria dentro das classificações das fontes. Elas têm relação direta com o fato, presenciaram o acontecimento, sendo assim consideradas como fonte primária. Porém, segundo Pena

(2005), o relato dessa fonte “sempre estará mediado pela emoção, pelos preconceitos, pela memória e pela própria linguagem” (PENA, 2005, p. 64).

Existem alguns critérios quanto à avaliação das fontes. Segundo Traquina (2005), eles são nomeados como: 1) a autoridade; 2) a produtividade; e 3) a credibilidade. O primeiro, a autoridade da fonte, é, para Traquina, um critério fundamental para o meio jornalístico. Está relacionada a fontes oficiais, ganhando assim mais credibilidade com o leitor, pois “a maioria das pessoas acredita na autoridade da posição. Quanto mais prestigioso for o título ou a posição do indivíduo, maior será a confiança das pessoas na sua autoridade” (TRAQUINA, 2005, p. 191).

Traquina (2005) apresenta o segundo critério relacionado, a produtividade. Esse diz respeito às razões pelas quais prevalecem as fontes institucionais, pois elas são as fornecedoras de materiais suficientes para produzir a notícia. Sendo assim, elas evitam que os jornalistas tenham de recorrer a demasiadas fontes para obterem informações necessárias.

A produtividade associa-se não só à quantidade e à qualidade de materiais que uma fonte é capaz de fornecer, mas também à necessidade que os jornalistas têm de limitar – em igualdade de condições – o número de fontes a consultar, de forma a não ter custos demasiado elevados e prazos demasiado dilatados (TRAQUINA, 2005, p. 192).

Por último, mas não menos importante, está o fator da credibilidade. Este também está ligado ao ponto de vista do jornalista. A fonte deve ter um nível de credibilidade suficiente para a informação fornecida exigir o mínimo possível de controle. Primeiro, o jornalista precisa avaliar a credibilidade da fonte e depois da informação (TRAQUINA, 2005, p. 192). Para Traquina, as fontes que fornecem informações credíveis, podem vir a se tornar fontes regulares. Dessa maneira, com a existência desses critérios é fácil compreender que as fontes oficiais são mais preferidas pelos jornalistas que as outras, pois com o tempo elas adquirem credibilidade.

6. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Uma estratégia metodológica escolhida para realizar a pesquisa foi o estudo de caso. Segundo Robert Yin (2001), o método é “uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto da vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (Yin, 2001, p. 32). Para o autor, o estudo de caso estabelece uma maneira de se analisar um determinado tema, inicialmente, a partir da questão “como?” e “por que?”. Mas, para isso, é necessário reunir o quanto baste de informações relacionadas ao assunto para que seja possível a análise do conteúdo.

O estudo de caso como estratégia de pesquisa, compreende um método que abrange tudo – com a lógica de planejamento incorporando abordagens específicas à coleta de dados e à análise de dados. Nesse sentido, o estudo de caso não é nem uma tática para a coleta de dados nem meramente uma característica do planejamento em si (Stoecker, 1991 apud Yin, p. 33).

Assim como outras estratégias de pesquisa, o estudo de caso representa uma maneira de se investigar um assunto empírico a partir de um conjunto de procedimentos pré-especificados (Yin, 2001, p. 35). Esses procedimentos seriam, na presente pesquisa, relacionados às teorias (conteúdos) abordadas até agora. Ao optar pelo método do estudo de caso, “o desenvolvimento da teoria como parte da fase de projeto é essencial, caso o propósito decorrente do estudo de caso seja determinar ou testar a teoria” (Yin, 2001, p. 49).

Ainda segundo Yin,

o projeto completo de pesquisa fornecerá uma direção surpreendentemente forte ao determinar quais dados devem ser coletados e as estratégias de análise desses dados. Por essa razão, é essencial que se desenvolva uma teoria antes que se faça a coleta de dados para qualquer estudo de caso (Yin, 2001, p. 50).

Com o intuito de determinar quais são os critérios de noticiabilidade adotados pelo jornal *Metro* a partir de uma análise feita com base na cobertura do vazamento de óleo nas águas do Lago Paranoá, optei pelo estudo de caso, tendo por base os estudos teóricos pesquisados nos capítulos anteriores.

6.1 Objeto de Pesquisa

O *Metro* é o primeiro jornal de distribuição gratuita do mundo, lançado em 1995 em Estocolmo, na Suécia. Devido ao sucesso do jornal, diversos países adotaram o modelo. Com 75 edições, atualmente o jornal é distribuído em 23 países, entre eles o Brasil. Em parceria com o *Grupo Bandeirantes de Comunicação*, a primeira edição no país foi lançada em São Paulo, em 2007. Hoje em dia, existem 10 edições do *Metro* pelo Brasil, totalizando 513 mil exemplares que são distribuídos nos semáforos ao leitor-motorista de 2° a 6° feira³.

Entre os anos de 2009 e 2010 surgiram outras três edições do *Metro* em diferentes cidades da capital paulista – ABC, Santos e Campinas – e uma no Rio de Janeiro. Em 2011, novas edições foram lançadas em Curitiba, Belo Horizonte e Porto Alegre. Em Brasília, o *Metro* surgiu em maio de 2012. E o mais recente foi lançado em março de 2014, em Grande Vitória – ES. Ao ver o tempo de existência e o processo de crescimento da rede de jornal Metro, há de se notar que o jornal em formato tablóide se tornou um sucesso desde sua criação.

A edição de Brasília circula com uma média de 40 mil exemplares por dia. Para se ter uma ideia de dimensão, o Correio Braziliense, jornal pago considerado como referência, circula com uma média de 55.105 exemplares por dia⁴. São distribuídas normalmente no trânsito em alguns pontos da cidade.

O jornal *Metro* é considerado um jornal popular devido às suas características gerais. Além da distribuição gratuita, é um com matérias curtas, linguagem objetiva e de fácil acesso, muito semelhante às publicações na Internet e por isso conhecido como “entrega *off-line*”. Em formato tablóide (como nos conhecidos populares), ele é basicamente financiado pela publicidade que traz em grande quantidade. Porém, o *Metro* não seguiu as características dos jornais populares que marcaram a história. Em

³ Aos sábados, em algumas cidades, é distribuído o Caderno de Cultura. As informações sobre histórico, edições e distribuição foram obtidas no site do Metro disponível em: <http://publimetro.band.com.br/pdf/mk_metro.pdf>. Acesso em: 15 maio 2014.

⁴ Dado relativo ao ano de 2012 divulgado pela Associação Nacional de Jornais (ANJ) a partir de auditoria realizada pelo Instituto Verificador de Circulação (IVC). A tabela completa encontra-se disponível em: <<http://www.casadosfocas.com.br/quais-sao-os-jornais-de-maior-circulacao-no-brasil/>>. Acesso em: 15 maio 2014.

uma citação da Mácia Amaral (2006), no capítulo 2 dessa pesquisa. A autora chama a atenção para a ‘cara’ dos novos jornais desse segmento, que contempla o perfil do objeto da pesquisa, ressaltando a “aproximação com o público” e o caráter de prestador de serviços e entretenimento.

6.2 O Jornal *Metro* e a cobertura do vazamento de óleo no Lago Paranoá

Em 16 de outubro de 2013, uma mancha de óleo foi vista nas águas do Lago Paranoá, em Brasília. O produto, semelhante a piche asfáltico, escorreu de uma galeria de águas pluviais que desemboca na área de um clube às margens do Lago (Norte). O acontecimento causou grande impacto ambiental. Animais e plantas aquáticas foram cobertos pelo óleo de textura densa. Na sexta-feira, dois dias após o início do vazamento, com o óleo espalhado por 3 km sobre as águas, começaram as operações de limpeza por agentes do corpo de bombeiro, entre outros. Nesse dia o jornal *Metro* publicou a primeira matéria.

Na sexta-feira, dia 18 de outubro de 2013, na edição *Metro* Brasília, saiu com matéria de capa o episódio que causou prejuízo ambiental no Lago Paranoá. Dentro do contexto, a informação que teve destaque na matéria foi a condição em que o Governo do Distrito Federal se encontrava. O jornal enfatizou que o fato ocorrido teria causado ‘estremecimento’ no GDF, devido a suspeita de que a causa do vazamento de óleo poderia ser resultante das obras de recapeamento da malha viária do Plano Piloto, que aconteciam na mesma época. Tendo dado entrevista à imprensa em geral, a matéria trás o gestor público da Companhia Urbanizadora da Nova Capital do Brasil (Novacap), Nilson Matorelli, como fonte oficial. A empresa pública seria a responsável pelo projeto “Asfalto Novo”, que fazia as obras de recapeamento.

De acordo com a matéria divulgada, Nilson Matorelli afirmou que a Novacap não teria nada a ver a situação, e pontuou que o óleo teria sido um vazamento proveniente da caldeira do Hospital Regional da Asa Norte (Hran). Essa segunda suspeita se dá pelo fato de um episódio semelhante a esse ter ocorrido em junho de 2012, e o responsável teria sido de fato o Hospital.

7. ANÁLISE DE NOTÍCIAS

Para identificar os critérios de noticiabilidade utilizados pelo jornal *Metro*, na cobertura do segundo episódio de vazamento de óleo nas águas do Lago Paranoá, em Brasília, foi analisada desde a primeira matéria divulgada, no dia 18 de outubro de 2013, até a semana seguinte do acontecimento, entre os dias 21 e 25 de outubro de 2013. Sendo que no dia 23, quarta-feira, não houve nada publicado sobre o assunto. No total, foram analisadas cinco matérias, respectivamente uma de cada dia. É importante ressaltar que a primeira ganhou mais destaque no jornal, saiu em matéria de capa. Ao longo da semana, as notícias foram publicadas em forma de nota, com menos relevância na abordagem. E no último dia a matéria novamente ganhou espaço no jornal, com uma abordagem melhor se comparada às publicações dos dias anteriores. As matérias selecionadas foram todas publicadas na editoria referente à Brasília.

A estratégia utilizada para analisar o material noticioso foi igual para todos os dias e estarão descritas na mesma ordem. Para cada uma delas foram desenvolvidas observações relativas aos temas abordados na presente pesquisa. Primeiro com um quadro, onde inicialmente foi feita a apresentação dos dados coletados com base na publicação do dia. Entretanto, no primeiro dia de notícia, como a abordagem foi mais profunda em relação aos dias que se seguiram, a coleta de dados foi maior. Inclusive a respeito da capa, que também foi analisada em conjunto com a matéria interna do jornal.

A propósito dos dados coletados, foram selecionados os seguintes aspectos: título, subtítulo (quando houver), fontes, classificação das fontes, composição visual e informações priorizadas. No caso da composição visual as matérias foram analisadas sem detalhamento. Nesse aspecto foram vistas três características: se a notícia possui imagem, a proporção dela e a disposição da matéria na página. Por mais que o texto escrito da notícia não seja apelativo, a composição com a imagem pode ser considerada como tal, advindo daí certo caráter sensacionalista. O aspecto visual, no caso da disposição da matéria na página, condiz com o tratamento que foi dado ao fato, mais especificamente qual destaque a notícia teve durante cada dia apurado.

Em seguida da tabela com os dados, foram apresentadas algumas considerações referentes ao conteúdo abordado na matéria. A partir daí, com base nas

informações coletadas, foi feita uma observação geral de quais foram os critérios adotados pelo jornal *Metro* na cobertura do vazamento de óleo no Lago Paranoá. Para melhor observação foram adotados os critérios de noticiabilidade definidos por Mário Erbolado (2006), devido ao fato de o autor definir o maior número de critérios. Essa análise também foi disposta em uma tabela. Para cada critério selecionado, há uma justificativa.

Dia 18 de outubro (sexta-feira)⁵

Capa:



⁵ Disponível em: <<http://www.readmetro.com/en/brazil/brasilia/20131018/>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

Matéria:

metro

11

BRASIL

Culpa por vazamento causa mal-estar no GDF

Lago Paranoá. Pressionado, diretor da Navecap-lic que óleo vazou de caldeira no Itaipu, mas Secretaria de Saúde não assume responsabilidade

A mancha de óleo que se espalhou pelas águas do Lago Paranoá no dia 11 de maio, depois de um vazamento de óleo de uma caldeira da Navecap-lic, causou preocupação no GDF.

O governador Roberto e demais membros do governo do Distrito Federal, que há se despostos da margem do lago Itaipu, agiram com cautela para garantir a manutenção e o monitoramento da água, com o objetivo de assegurar que se evite de qualquer forma a contaminação da água do lago Paranoá, que abastece a cidade de Brasília.

A monitoração começou a ser feita no dia 11 de maio, quando foi iniciado o trabalho de monitoramento da água. A Secretaria de Saúde, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação. A Secretaria de Meio Ambiente também está monitorando a situação.

3 km

é a extensão da mancha de óleo no lago do Itaipu, na margem do rio de São Paulo, segundo informações da Navecap-lic.

A mancha de óleo

monitorada pelas câmeras de segurança pública, que são de propriedade da Navecap-lic, mostrou que a mancha de óleo se espalhou para o lago Paranoá, que abastece a cidade de Brasília. A mancha de óleo se espalhou para o lago Paranoá, que abastece a cidade de Brasília.

O óleo, segundo a Navecap-lic, não tem a capacidade de causar danos à saúde humana. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

de. No entanto, a Navecap-lic informou que há um risco de contaminação da água do lago Paranoá, que abastece a cidade de Brasília.

Descontrole

A informação, porém, não foi considerada pela Navecap-lic, que informou que há um risco de contaminação da água do lago Paranoá, que abastece a cidade de Brasília. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

A mancha de óleo se espalhou para o lago Paranoá, que abastece a cidade de Brasília. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

SAPPHIRE VELISA
diretora

Água do lago Paranoá

Paranoá sofre enorme pressão ambiental

Em um momento de pressão ambiental, a Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

O óleo, segundo a Navecap-lic, não tem a capacidade de causar danos à saúde humana. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

pressionamento da água do lago Paranoá, que abastece a cidade de Brasília. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

O óleo, segundo a Navecap-lic, não tem a capacidade de causar danos à saúde humana. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

SAPPHIRE VELISA
diretora

A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

O óleo, segundo a Navecap-lic, não tem a capacidade de causar danos à saúde humana. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

O óleo, segundo a Navecap-lic, não tem a capacidade de causar danos à saúde humana. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

O óleo, segundo a Navecap-lic, não tem a capacidade de causar danos à saúde humana. A Navecap-lic, que é responsável pela saúde pública, também está monitorando a situação.

Água do lago Paranoá

Quadro 3 - Dados coletados

1º DIA DE NOTÍCIA (p. 8)	
TÍTULO	Culpa por vazamento causa mal-estar no GDF.(Autor: Raphael Veleda)
SUBTÍTULO	Pressionado, diretor da Novacap diz que o óleo vazou de caldeira no Hran, mas Secretaria de Saúde não assume responsabilidade
FONTES	<ul style="list-style-type: none"> - Nilson Matorelli, gestor público da Novacap; - Gustavo Soutomaior, representante do Núcleo de Estudos Ambientais da UnB (Universidade de Brasília)
CLASSIFICAÇÃO DAS FONTES	Oficiais
COMPOSIÇÃO VISUAL - Imagem / Proporção da imagem / Disposição da matéria	<ul style="list-style-type: none"> - 4 imagens - O fundo da matéria é composto pela imagem de um pássaro coberto por óleo às margens do lago. A outra referente à contenção do óleo pelos bombeiros tem boa proporção. As outras, uma do autor da matéria e outra do representante da UnB, estão em tamanhos pequenos. - Em toda a página
INFORMAÇÕES PRIORIZADAS	A suspeita é que o vazamento do óleo pode ser consequência das obras de recapeamento da malha viária do Plano Piloto, causando ‘estremecimento’ no GDF, o responsável pelas obras.

Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Considerações:

Essa foi a primeira matéria noticiada, dois dias após o vazamento do óleo. Inicialmente, deve-se considerar o fato de a matéria ter saído na capa do veículo, como reportagem principal. Na chamada da capa é escrito: “*DESASTRE REPETIDO*” (em caixa alta); em seguida o subtítulo: “*Novo vazamento de óleo atinge Lago Paranoá e órgãos do GDF discutem para evitar responsabilidade*”. A imagem na capa (do lago sujo pelo óleo) recebe a legenda da seguinte forma: “*Mancha de óleo já atingia pelo menos 3 km de extensão no fim da tarde de ontem. Especialista estima que recuperação do lago pode demorar até 15 anos*”.

Dentro do jornal a informação principal da matéria é sobre a imagem do Governo do Distrito Federal diante o assunto. A palavra “culpa” e a sigla do GDF chamam a atenção do leitor. Ao considerar os elementos visuais da matéria, que fazem parte do tratamento que se dá a ela, pode-se avaliar a imagem ao fundo da página como o 1º plano (causa o primeiro impacto ao leitor), sendo apelativa dentro do contexto sensacionalista. O gestor público da empresa pública Novacap, Nilson Matorelli, desconsidera o fato de a empresa do governo estar relacionada com o episódio, ao contrário do que pontua a matéria.

matine

DE

Notícia

Debate do PPCUB na reta final

Preservação. Projeto que procurará integrar as alterações urbanísticas no Plano Piloto deve ser votado pela diretoria em dezembro

O PPB (Plano de parcelamento do solo) de Brasília tem em sua história um capítulo importante: a aprovação do CDB (Código de Desenvolvimento Urbano) em 7 de dezembro. Segundo o texto de lei, o plano tem a missão de garantir que Brasília seja uma cidade planejada e organizada, e não apenas uma cidade que cresce sem controle.

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

O QUE É O PPCUB?

Novo projeto de lei

O projeto de lei do PPCUB (Plano de Parcelamento do Solo Urbano) é um instrumento legal que define as regras para a ocupação do solo urbano em Brasília. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Objetivo do projeto

O objetivo do projeto é garantir que a expansão urbana de Brasília seja planejada e organizada, e não apenas uma cidade que cresce sem controle. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Importância do projeto

O projeto é importante porque ele define as regras para a ocupação do solo urbano em Brasília. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Impacto do projeto

O projeto tem um impacto significativo na cidade de Brasília, pois ele define as regras para a ocupação do solo urbano. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Objetivo do projeto

O objetivo do projeto é garantir que a expansão urbana de Brasília seja planejada e organizada, e não apenas uma cidade que cresce sem controle. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Objetivo do projeto

O objetivo do projeto é garantir que a expansão urbana de Brasília seja planejada e organizada, e não apenas uma cidade que cresce sem controle. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Objetivo do projeto

O objetivo do projeto é garantir que a expansão urbana de Brasília seja planejada e organizada, e não apenas uma cidade que cresce sem controle. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Objetivo do projeto

O objetivo do projeto é garantir que a expansão urbana de Brasília seja planejada e organizada, e não apenas uma cidade que cresce sem controle. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Objetivo do projeto

O objetivo do projeto é garantir que a expansão urbana de Brasília seja planejada e organizada, e não apenas uma cidade que cresce sem controle. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Objetivo do projeto

O objetivo do projeto é garantir que a expansão urbana de Brasília seja planejada e organizada, e não apenas uma cidade que cresce sem controle. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Objetivo do projeto

O objetivo do projeto é garantir que a expansão urbana de Brasília seja planejada e organizada, e não apenas uma cidade que cresce sem controle. Ele estabelece as normas para a divisão do solo em lotes, quadras e blocos, e para a construção de edificações.

Lago Paranoá. Limpeza não tem data para acabar

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Metrô não deve circular hoje

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

Os diretores das áreas técnicas envolvidas no projeto do Plano Piloto e do plano de expansão urbana estão se reunindo para discutir o "desenvolvimento urbano".

⁶ A matéria encontra-se disponível em: <<http://www.readmetro.com/en/brazil/brasil/20131021/>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

Quadro 4 - Dados coletados

2º DIA DE NOTÍCIA (p. 6)	
TÍTULO	Limpeza não tem data para acabar (Redação <i>Metro</i> Brasília)
COMPOSIÇÃO VISUAL Disposição da matéria	- Nota sem destaque. Ocupa a parte inferior à esquerda na <i>página</i> .
INFORMAÇÕES PRIORIZADAS	Limpeza do lago e confirmação da origem do vazamento, vinda da caldeira do Hospital Regional de Brasília.

Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Considerações:

Após um final de semana (em que o veículo não circula) a matéria perdeu espaço no jornal. Em duas pequenas colunas é pontuado que os laudos divulgados (não informa a fonte) confirmaram que o vazamento foi responsabilidade do Hospital Regional de Brasília, e que este foi multado.

Dia 22 de outubro (terça-feira)⁷

Sem pessoal, médicos querem fechar pediatria

Sociedade médica: Proposta encampa pelo SínMedico que unificar o atendimento pediátrico nos hospitais de Gama e de Santa Maria

644

A falta de pessoal no setor pediátrico do Hospital de Gama e de Santa Maria, que resultou em uma paralisação dos serviços, levou os médicos a uma greve. A proposta de unificação dos serviços em um único hospital, no entanto, não foi aceita pelos médicos.

Em uma reunião no Hospital de Gama, os médicos decidiram que, se não houver uma solução imediata, eles vão fechar a pediatria. A proposta de unificação dos serviços em um único hospital, no entanto, não foi aceita pelos médicos.

Metrópoli seguirá funcionando com apenas 30% dos servidores

A greve dos servidores da Prefeitura de São Paulo, que começou no dia 19 de outubro, afetou a operação da cidade. Apenas 30% dos servidores estão trabalhando, o que pode causar problemas na prestação de serviços públicos.

Lago Paranoá: Limpeza deve durar 20 dias

A Companhia de Saneamento Básico do Estado de São Paulo (SABESP) anunciou que a limpeza do Lago Paranoá vai durar 20 dias. Durante esse período, haverá restrições de acesso à área.

PÃO DE AÇÚCAR DELIVERY

Atividade de entrega de produtos de padaria e confeitaria. O serviço é oferecido por uma empresa especializada.

⁷ A matéria encontra-se disponível em: <http://www.readmetro.com/en/brazil/brasilia/20131022/>. Acesso em: 10 nov. 2013.

Quadro 5 - Dados coletados

3º DIA DE NOTÍCIA (p. 5)	
TÍTULO	Limpeza deve durar 20 dias (Redação <i>Metro</i> Brasília)
COMPOSIÇÃO VISUAL Disposição da matéria	- A nota possui uma coluna. Está disposta na parte inferior à direita entre uma matéria e uma publicidade.
INFORMAÇÕES PRIORIZADAS	Limpeza; Solução para evitar o problema.

Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Considerações:

Após a notícia do dia anterior em que foi dito que a limpeza não teria data para acabar, eles noticiam que esta deve durar 20 dias. Na nota, eles confirmam que o vazamento foi responsabilidade do Hospital. É informada, sem detalhes, a existência de uma licitação para modernização das caldeiras do Hran, aberta pela Secretaria de Saúde.

Dia 24 de outubro (quinta-feira)⁸

metró

Greve, GDF e metrôviários fecham acordo

A GDF e o Sindicato dos Trabalhadores em Transportes Metropolitanos de São Paulo (SITR) chegaram a um acordo sobre a greve dos metrôviários. O acordo prevê a suspensão da greve e a retomada das atividades de transporte público. O acordo também prevê a criação de uma comissão para avaliar o desempenho dos funcionários e a implementação de medidas para melhorar o serviço.

Sem desculpas para não limpar a sujeira

Colômbia. Para incentivar moradores a recolherem as fezes de seus animais de estimação, a indústria de sacolinhas plásticas em Bogotá lançou uma campanha. A empresa ofereceu serviços semelhantes há três anos.

R\$ 95

Valor de cada pacote de sacolinhas plásticas para recolher as fezes de animais de estimação.

Óleo derramado será analisado pela UnB

Um óleo derramado em uma estrada em Brasília será analisado pela Universidade de Brasília (UnB). O óleo foi encontrado em uma estrada e a UnB foi chamada para analisar a amostra.

Podas radicais gera reclamações na Asa Norte

Podas radicais de árvores em uma área da Asa Norte gerou reclamações dos moradores. Os moradores alegaram que as podas foram feitas de forma inadequada e que as árvores foram danificadas.

Poluição atmosférica em Brasília

Poluição atmosférica em Brasília. A qualidade do ar em Brasília está ruim devido à poluição atmosférica. A poluição é causada por veículos e indústrias.

Escudo limpo oferece segurança

Escudo limpo oferece segurança. Um escudo limpo oferece segurança para os usuários. O escudo é usado para proteger os usuários de ataques.

Facilidades

Facilidades para moradores. Facilidades para moradores em uma área da cidade. As facilidades incluem parques, escolas e hospitais.

Parque

Parque em uma área da cidade. Um parque em uma área da cidade. O parque é usado para recreação e lazer.

Arquiteto

Arquiteto em uma área da cidade. Um arquiteto em uma área da cidade. O arquiteto é responsável por projetar e construir edifícios.

Arquiteto

Arquiteto em uma área da cidade. Um arquiteto em uma área da cidade. O arquiteto é responsável por projetar e construir edifícios.

⁸ Disponível em: <<http://www.readmetro.com/en/brazil/brasil/20131024/>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

Quadro 6 - Dados coletados

4º DIA DE NOTÍCIA (p. 6)	
TÍTULO	Óleo derramado será analisado pela UNB (Redação <i>Metro</i> Brasília)
FONTES	- Eduardo Brandão, secretário do Meio Ambiente - Paulo Suarez, professor do departamento de Química da Universidade de Brasília
CLASSIFICAÇÃO DAS FONTES	Oficiais
COMPOSIÇÃO VISUAL DISPOSIÇÃO DA MATÉRIA	A nota se encontra em página composta por três matérias relacionadas ao meio ambiente. Ocupa a parte inferior da página à esquerda
INFORMAÇÕES PRIORIZADAS	O derramamento do óleo pode ter sido devido às obras de recapeamento do Plano Piloto.

Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Considerações:

Nesse dia eles abrem o texto dizendo que o vazamento pode estar relacionado ao recapeamento da malha viária, como foi indicado na matéria extensa do primeiro dia. Em seguida informam que a primeira teoria apresentada é de que o vazamento seria decorrência das caldeiras do Hospital, possibilidade apresentada no final da matéria do primeiro dia e que se manteve nas matérias dos dias posteriores. Também vale ressaltar que essa possibilidade foi confirmada na notícia publicada do dia 21.

Dia 25 de outubro (sexta-feira)⁹

metro

Após crise, Saúde anuncia a contratação de 60 pediatras

Reação: Profissionais vão reforçar as escalas dos hospitais de Santa Maria e Garça, unidades que trabalham com déficit na especialidade

Depois que os pediatras de Santa Maria e Garça foram convocados para trabalhar em outros hospitais, a Secretaria de Saúde anunciou a contratação de 60 pediatras para reforçar as escalas dos hospitais de Santa Maria e Garça, unidades que trabalham com déficit na especialidade.

R\$ 10 mil para a contratação de cada um dos pediatras

Na semana passada, a Secretaria de Saúde anunciou a contratação de 60 pediatras para reforçar as escalas dos hospitais de Santa Maria e Garça, unidades que trabalham com déficit na especialidade.

Os pediatras serão convocados para trabalhar em outros hospitais, a Secretaria de Saúde anunciou a contratação de 60 pediatras para reforçar as escalas dos hospitais de Santa Maria e Garça, unidades que trabalham com déficit na especialidade.

MP investiga vazamento de óleo no Lago Paranoá

A Polícia Militar de Brasília investiga o vazamento de óleo no Lago Paranoá, que ocorreu na noite de quinta-feira (24).

O vazamento ocorreu em uma área de preservação ambiental, e a Polícia Militar está trabalhando para conter o óleo e identificar os responsáveis.

Estado grave. Menina de 12 anos se afoga em clube

Uma menina de 12 anos morreu afogada em um clube de recreação em Brasília, na noite de quinta-feira (24).

A menina estava brincando com outras crianças no clube, quando caiu no lago e não conseguiu sair.

Barão de Bello Horizonte ganha governo por série de reportagens

O Barão de Bello Horizonte ganhou o governo de Mato Grosso do Sul por uma série de reportagens que expuseram a corrupção no governo anterior.

Itaculã recebe debates sobre resíduos sólidos

A cidade de Itaculã recebeu debates sobre resíduos sólidos, com a participação de especialistas e representantes locais.

União testa método sustentável

A União está testando um método sustentável para a produção de energia, que utiliza fontes renováveis.

Barão de Bello Horizonte ganha governo por série de reportagens

O Barão de Bello Horizonte ganhou o governo de Mato Grosso do Sul por uma série de reportagens que expuseram a corrupção no governo anterior.

Itaculã recebe debates sobre resíduos sólidos

A cidade de Itaculã recebeu debates sobre resíduos sólidos, com a participação de especialistas e representantes locais.

União testa método sustentável

A União está testando um método sustentável para a produção de energia, que utiliza fontes renováveis.

⁹ Disponível em: <<http://www.readmetro.com/en/brazil/brasil/20131025/>>. Acesso em: 10 nov. 2013.

Quadro 7 - Dados coletados

5º DIA DE NOTÍCIA (p. 8)	
TÍTULO	MP investiga vazamento de óleo no Lago Paranoá (Redação <i>Metro</i> Brasília)
FONTES	- Roberto Carlos Batista, promotor da 1ª promotoria (com citação) - Rafael Barbosa, secretário de Saúde.
CLASSIFICAÇÃO DAS FONTES	Oficiais
COMPOSIÇÃO VISUAL Imagem / Proporção da imagem / Disposição da matéria	- 1 imagem (a mesma divulgada pelo jornal no primeiro dia, referente à contenção do óleo pelos bombeiros). - Ganhou mais destaque comparado às anteriores.
INFORMAÇÕES PRIORIZADAS	A Promotoria de Defesa do Meio Ambiente inicia investigação para confirmar se a causa do vazamento veio das caldeiras do Hran (Hospital Regional da Asa Norte).

Fonte: Quadro elaborado pela autora.

Considerações:

No último dia de notícia, o assunto volta a ter destaque no jornal, se comparado aos dias anteriores. A palavra relacionada à investigação no título da matéria remonta à ideia de caso policial, contexto que ganha destaque e é frequente nos jornais populares, como vimos nos capítulos anteriores. A matéria informa que a Promotoria de Defesa do Meio Ambiente iniciará uma investigação sobre o vazamento, e cita uma fonte que pertence à instituição, Roberto Carlos Batista. Mas nada foi confirmado sobre quem foi o responsável pelo acontecimento. O Secretário de Saúde, Rafael Barbosa, informa que as caldeiras do Hospital serão trocadas.

7.1 Critérios de noticiabilidade adotados pelo jornal

A partir dos dados coletados, no contexto geral da cobertura do vazamento de óleo no Lago Paranoá, foram identificados os seguintes critérios de noticiabilidade adotados pelo jornal *Metro*, conforme descritos na tabela abaixo junto às suas justificativas.

Quadro 8 - Critérios selecionados de acordo com Mário Erbolato

CRITÉRIO	JUSTIFICATIVA
1. Proximidade	Automaticamente faz parte da seleção de notícias locais (fator geográfico). O veículo é de Brasília e o Lago Paranoá faz parte dela.
2. Importância	O fato foi considerado importante devido à dimensão de fatores que, consequentemente, ele abordou.
3. Expectativa	A expectativa de qual desfecho teria ocorrido. Por exemplo, quem foi o responsável pelo vazamento do óleo ou quanto tempo duraria a limpeza do lago.
4. Impacto	O vazamento de óleo nas águas do lago (de qualquer lago que seja) causa impacto. Seja o impacto propriamente ambiental, quanto impacto nos leitores por se tratar de um desastre ambiental (que diz respeito a todos).

5. Proeminência	Uma vez que a responsabilidade/culpa pelo acontecimento possa ser do Governo, há proeminências. Assim, existem leitores interessados.
6. Repercussão	Desastre relacionado ao meio ambiente é de interesse nacional. A notícia também foi reportada por grandes jornais de referência. Teve repercussão.
7. Consequências	Consequentemente atinge o público de Brasília que utiliza o lago de diversas maneiras. Lazer, esportes.
8. Interesse Humano	Inclui o interesse humano como igual ao valor de “consequências”, por atingir diretamente o público.

Fonte: ERBOLATO, 2004

Considerações:

Assim, apenas pelo fato de a notícia ter sido selecionada para a publicação, já se pode considerar que ela agrega algum valor. Todavia, é preciso considerar que é maior a possibilidade de que (poluição de uma porção significativa de água em virtude de uma vazamento de óleo de grandes proporções) vire uma notícia em veículos de comunicação do que não ser considerado como tal. Pois, ao se tratar de impacto ambiental, é preciso ter em mente que o acontecimento é por si só portador de valor para ser noticiado, seja em jornais de referência ou em jornais populares, uma vez que tais acontecimentos de alguma forma (direta ou indiretamente) afetam a vida da população.

Os critérios descritos na tabela acima foram os valores possíveis de se notar a partir dos dados coletados. Sendo o acontecimento em questão relacionado ao meio ambiente, diversos jornais o consideraram importante para ser assunto divulgado. Tendo

em vista que não só jornais locais, mas também de diferentes estados publicaram o episódio ocorrido no Lago Paranoá, em Brasília.

Sendo assim, com base na análise feita da cobertura em geral produzida pelo jornal *Metro*, foi observado nessa pesquisa que o tablóide se fundamentou, para produzir a notícia, na cobertura feita por outros veículos de comunicação, os chamados jornais de referência. Considerando este aspecto em sua relação com os dados coletados, as fontes e as informações priorizadas, pode-se considerar a cobertura do acontecimento pelo jornal *Metro* Brasília como superficial, remetendo-nos às características dos jornais populares abordados nos primeiros capítulos desse trabalho, com notícias e coberturas simples, objetivas e sem aprofundamento.

8 CONCLUSÃO

A pesquisa visava identificar quais os critérios adotados pelo jornal *Metro* para classificar como fato noticioso o episódio do vazamento de óleo nas águas do Lago Paranoá. Através de um estudo teórico breve e inicial, que fundamentava o estudo desse caso em particular, buscou-se compreender o jornalismo popular, o meio sensacionalista dentre os jornais desse segmento, a relevância das fontes de informações para uma matéria e, o mais importante, os critérios de noticiabilidade definidos por estudiosos da área, de maneira a possibilitar a identificação dos possíveis critérios adotados pelo jornal *Metro* para noticiar o assunto. Por meio desse conjunto de teorias pesquisadas foi possível também diagnosticar em que se baseia o jornal para a produção de uma cobertura jornalística.

Notou-se que a cobertura do vazamento de óleo no Lago Paranoá feita pelo jornal *Metro* Brasília foi baseada a partir das notícias de outros veículos de comunicação. Sendo, ainda, uma cobertura direta, com linguagem simples e por vezes apelativa em algum ponto, dando características há um jornal popular.

Pode-se considerar interessante, como nova pesquisa, fazer um estudo comparativo entre diferentes jornais populares, ou ainda, entre um jornal popular e um de referência para analisar como são elaborados os processos de produção das notícias em geral, por exemplo, com base nas matérias selecionadas para sair na capa durante um período determinado. De todo o modo, sabemos que independente do perfil do veículo de comunicação, o papel do profissional da imprensa é informar, de modo que o que é preciso problematizar é a qualidade e o tratamento da informação, para isso estão as teorias estudadas nessa pesquisa

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANGRIMANI, Danilo. *Espreme que sai sangue*. São Paulo: Summus, 1995.

AMARAL, Luiz. *Jornalismo: matéria de primeira página*. 4. ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1986.

ALSINA, Miguel Rodrigo. *La construcción de la noticia*. Barcelona: Buenos Aires, México: Paidós, 1996.

AMARAL, Márcia F. *Jornalismo Popular*. São Paulo: Contexto, 2006.

_____. *Sensacionalismo, um conceito errante*. Comunicação apresentada no GT de Jornalismo da Compós, Niterói, 2005.

ANDRADE, Rodrigo de Oliveira. Os problemas do jornalismo – espetáculo. *Observatório da Imprensa*, 2010. Disponível em: <http://www.observatoriodaimpresa.com.br/news/view/os_problemas_do_jornalismo_e_espetaculo>. Acesso em: 20 fev. 2014.

ALTHEIDE, David L. *Creating reality: How TV news distorts events*. Beverly Hills, CA: Sage, 1976.

ASSOCIAÇÃO Brasileira de Imprensa. *Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo*. Disponível em: <<http://www.abi.org.br/institucional/legislacao/principios-internacionais-da-etica-profissional-no-jornalismo/>> Acesso em: 25 out. 2013.

BENTLIN, Carina; STEHLING, Priscilla; VAZ, Raphael. *Jornalismo que faz sucesso*. *Observatório da Imprensa*, 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimpresa.com.br/news/view/jornalismo_que_faz_sucesso>. Acesso em: 20 fev. 2014.

BOND, F. Fraser. *Introdução ao jornalismo*. Trad. Cícero Sandroni. Rio de Janeiro: Agir, 1959.

CÓDIGO de Ética dos Jornalistas Brasileiros. 2007. Disponível em: <http://www.fenaj.org.br/federacao/cometica/codigo_de_etica_dos_jornalistas_brasileiros.pdf> Acesso em: 25 out. 2013.

CORREIO BRAZILIENSE ou Armazém Literário. v. 1 a 8. São Paulo, SP: Imprensa Oficial do Estado; Brasília, DF: Correio Braziliense, 2001. (Edição fac-similar).

CURADO, Olga. *Anotícia na TV – o dia-a-dia de quem faz Telejornalismo*. São Paulo: Alegro, 2002.

DIAS, Ana Rosa Ferreira. *O Discurso da Violência no Jornalismo Popular*. São Paulo: Cortez, 2003.

EBC (Agência Brasil). *Notícia e informação nem sempre andam juntas*. 2009. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/noticia/2009-07-24/noticia-e-informacao-nem-sempre-andam-juntas>>. Acesso em: 25 out. 2013.

ERBOLATO, Mário L. *Técnica de Codificação em Jornalismo: redação, captação e edição do jornal diário*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1978.

ERBOLATO, Mário. *Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário*. 5.ed. São Paulo: Ática, 2004.

FEDERAL NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ). *Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros*. (atual.). Vitória, 04/08/2007. Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=1811>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

FERNANDES, Bruno Rafael Duarte. *Teoria Clássica do Gatekeeper e do Newsmaking na Rádio: O caso da RDP*. 2011. 124f. Dissertação (Mestrado) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal, 2011. Disponível em: <https://ubithesis.ubi.pt/bitstream/10400.6/1311/1/Tese_Bruno_Fernandes.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2014.

LAGE, Nilson. *Ideologia e Técnica da Notícia*. 2. ed. Florianópolis, RJ: Insular/Ed. da UFSC, 1982.

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LOBO, Thiago. Sobre o Papel Social do Jornalismo. *Observatório da Imprensa*, 2013. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed743_sobre_o_papel_social_do_jornalismo>. Acesso em: 20 fev. 2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. *O Capital da Notícia*. São Paulo: Ática, 1986.

MARQUES DE MELO, José (Org.). *Jornalismo Opinativo: gêneros opinativos no jornalismo brasileiro*. 3. ed. Campos do Jordão, SP: Mantiqueira, 2003.

NOBLAT, Ricardo. *A Arte de Fazer um Jornal Diário*. São Paulo: Contexto, 2008.

NUCCI, Celso. Jornalismo planejado funciona melhor. *Observatório da Imprensa*, 2011. Disponível em: <<http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornalismo-planejado-funciona-melhor>>. Acesso em: 20 fev. 2014.

OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. *Quem é o leitor de jornal no Brasil*. Disponível em: <http://www.tvebrasil.com.br/observatorio/cme/071127_resumo_444.htm>. Acesso em: 20 fev. 2014.

PENA, Felipe. *Teorias do Jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2005.

SEGUIN, Jean-Pierre. *Nouvelles à Sensation, Canards du 19^e. Siècle*. Paris: Armand Colin, 1959.

SELIGMAN, Laura. Jornais Populares de Qualidade: ética e sensacionalismo em um novo fenômeno no mercado de jornalismo impresso. In VI ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, VI., Universidade Metodista de São Paulo, 2008. Disponível em: http://www.academia.edu/385712/Jornais_Populares_De_Qualidade_etica_E_Sensacionalismo_Em_Um_Novo_Fenomeno_No_Mercado_De_Jornalismo_Impresso. Acesso em: 20 fev. 2014.

SOUSA, Jorge Pedro. *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. 2. ed., rev. e ampl. Porto: 2006. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2014.

TRAQUINA, Nelson. *O estudo do jornalismo no século XX*. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

TRAQUINA, Nelson. *O que é jornalismo?*. Lisboa: Quimera, 2002.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são*. Vol. 1. 2. ed. Florianópolis, RJ: Insular, 2005.

VASCOMCELOS, Túlio. O Jornalismo e a construção da realidade. *Observatório da Imprensa*, 2011. Disponível em: http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/_ed674_o_jornalismo_e_a_construcao_social_da_realidade. Acesso em: 20 fev. 2014.

YIN, Robert K. *Estudo de Caso: planejamento e métodos*. Trad. Daniel Grassi. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 4. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1995. 2002.